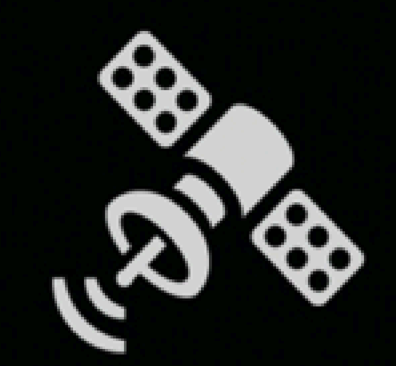


وسائل إعلامنا، ليست ملكًا لهم

الكفاح الديمقراطي ضد شركات الإعلام الكبرى

تأليف

روبرت دبليو ماك جزني

جون نيكولاس

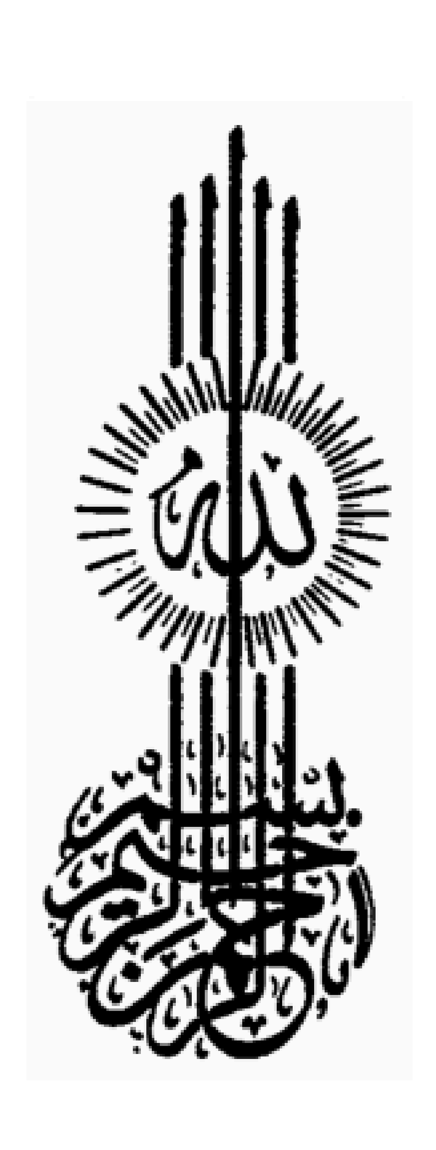
ترجمة

د. فهد بن عبد العزيز الخريجي



جامعة الملك سعود

النشر العلمي و المطابع



وسائل إعلامنا، ليست ملكًا لهم

الكفاح الديمقراطي ضد شركات الإعلام الكبرى

تأليف

روبرت دبليو ماك جزني وجون نيكولاس

ترجمة

الدكتور/ فهد بن عبد العزيز الخريجي

أستاذ مشارك - قسم الإعلام

كلية الآداب - جامعة الملك سعود

[هذا الكتاب يناقش الإعلام في البيئة الأمريكية وثقافتها، ولا يمكن تعميم كافة نتائجه على الثقافات الأخرى (المترجم)]

النشر العلمي والمطابع - جامعة الملك سعود

ص.ب ٦٨٩٥٣ - الرياض ١١٥٣٧ - المملكة العربية السعودية

هذه الترجمة مصرح بها من مركز الترجمة بالجامعة لكتاب:

Our Media, Not Theirs: The Democratic Struggle Against Corporate Media
By: Robert W. McChesney and John Nichols
© Open Media / Seven Stories Press, 2002

فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر

ماك جزني، روبرت دبليو.
وسائل إعلامنا ليست ملكًا لهم: الكفاح الديمقراطي ضد شركات الإعلام الكبرى ./ روبرت دبليو ماك جزني؛ جون نيكولاس؛ فهد بن عبد العزيز الخريجي. - الرياض، ١٤٣٢هـ.
١٦٤ ص؛ ١٧سم × ٢٤ سم
ردمك: ٩ - ٨٧٦ - ٥٥ - ٩٩٦٠ - ٩٧٨
١- الإعلام الدولي ٢- وسائل الإعلام أ. نيكولاس، جون (مؤلف مشارك) ب. الخريجي، فهد بن عبدالعزيز (مترجم) ج. العنوان
ديوي ٣٠١,١٦ ١٤٣٢/٨٣٢٥

رقم الإيداع: ١٤٣٢/٨٣٢٥
ردمك: ٩ - ٨٧٦ - ٥٥ - ٩٩٦٠ - ٩٧٨

حكمت هذا الكتاب لجنة متخصصة شكلها المجلس العلمي بالجامعة وقد وافق المجلس العلمي على نشره بعد اطلاعه على تقارير المحكمين في اجتماعه التاسع عشر للعام الدراسي ١٤٣١/١٤٣٢هـ، الذي عُقد بتاريخ ١٠/٧/١٤٣٢هـ، الموافق ١٢/٦/٢٠١١م.



النشر العلمي والمطابع ١٤٣٢هـ

"وسائل إعلامنا ليست ملكًا لهم"

Editor's Note

إن كتـاب "إعلامنـا لـيس ملكًـا لهـم" هـو عبـارة عـن نـسخة تمـت مراجعتهـا وتحـديثها بالكامل، من كتاب (روبرت ماك جزني) و(جون نيكولاس): (وسائل الإعلام الغبية - سبع قصص صحفية). وقد ظهرت بعض أقسام النص - بما في ذلك مقدمات (رالـف نادر: Ralph Nader)، و(باربرا إيرنيريتش: Barbara Ehrenreich) - في الطبعة الأصـلية لعام ٢٠٠٠م، ومعظم النص بما في ذلك مقدمة (نعوم شومسكي: Noam Chomsky)، هي مادة جديدة مكتوبة خلال صيف عام ٢٠٠٢م.

محرر السلسلة: غريغ روجيرو (Greg Ruggiero)

وكتب المقدمة عام ٢٠٠٢م كلٌّ من (نعوم شومسكي)، و(باربرا إيرنيريتش)، و(رالف نادر).

وظهرت أقسام من هذا الكتاب في أصل كتاب (نيكولاس) و(ماك جزني) بعنوان (إنها وسائل الإعلام الغبية- كتاب صريح عن وسائل الإعلام، سبع قصص صحفية).

ردمك: 1-58322-549-8

صمم الغلاف: غريغ روجيرو

صورة الغلاف: العاصمة واشنطن، توضح هجوم رجال الشرطة على نشطاء (الراديو)، عندما يستعدون لتسيير موكب إلى مقر (FCC) و(NAB) للمطالبة بالحق في الوصول إلى الموجات الهوائية. (واشنطن دي سي دوبنوت سيركل، ٥ أكتوبر ١٩٩٨م).

يحق لأساتذة الجامعات طلب نسخ من عناوين السبع قصص مجاناً لمدة ستة أشهر، وللطلب يجب زيارة موقع: (www.sevenstories.com/textbook)، أو إرسال فاكس هاتفي على ورق الكلية إلى الرقم التالي: ١٤١١-٢٢٦-٢١٢.

٩ ٨ ٧ ٦ ٥ ٤ ٣ ٢ ١

تمت طباعة النسخة الإنجليزية في كندا.

المحتويات
Contents

العالم الذي نعيش فيه: باربرا إيرنيريتش
The World We Share: By Barbara Ehrenreich

مهما كانت اهتمامات المواطن الحياتية – التي تعد حافزاً له كمواطن، مثل: التعليم، وسياسة الضرائب، والرعاية الصحية، والحقوق الأخلاقية، وحملة الإصلاح المالي – فإنه لا مناص له من الاهتمام بالإعلام. فعلى الرغم من زيادة الاهتمامات الحياتية المختلفة، ودرجة تحفيزها للمواطن، والمتمثلة في التعليم، وسياسة الضرائب، والرعاية الصحية، والحقوق الأخلاقية، وحملات الإصلاح المالي- فإن الإعلام يأتي في ذروتها.

فأنت عندما تريد أن تترشح لمنصب معين، فمن المؤكد أنك تخشى ضياع الرسالة الإعلامية، عند إرسالها عن طريق الموجات الصوتية الميكروسكوبية، التي تستحوذ عليها نشرات الأخبار التلفزيونية المفضلة. ولكي تقوم باحتجاج، فإنه لا بد من أن ينتابك القلق، إزاء ما إذا كان هذا الاحتجاج سوف يحظى بأي تغطية إعلامية، أو ما إذا كانت تلك التغطية سوف تتحول إلى تغطية إعلامية مشوهة، لدرجة أنك قد تتمنى لو أن وسائل الإعلام لم تقم بتغطيتها على الإطلاق، أو ربما تريد فقط أن يعلم الجمهور بقضيةٍ يكون الجميع متشوقاً إليها.

إلى أين سوف تتجه إذا لم تتجه نحو وسائل الإعلام؟ بالتأكيد أنه لا توجد طريقة أخرى للاتصال بأعداد كبيرة من الناس، للإشارة إلى نقطة معينة، أو لإثارة قضية معينة، حيث تبدأ في استعراض عضلاتك كمواطن حر يقيم في دولة ديمقراطية.

ويعد وجود الإعلام أمراً أساسياً لا مفر منه في حياتنا، مَثَلُهُ مَثَلُ البيئة. وفي الحقيقة، فإن وسائل الإعلام أصبحت هي البيئة العقلية والثقافية التي نعيشها يومياً، تجلب لنا الأصوات الأولى التي نسمعها في الصباح، والآراء التي نتشربها أثناء القيادة، والقصص والصور التي تسلينا بعد العمل. وبقدر ما نقول إننا كائنات اجتماعية ذكية فإن وسائل الإعلام هي العالم الذي نتقاسمه.

إن الإعلام ليس مجرد (بيئة)، أو نوعًا من الفضاء المحايد الذي تتنافس فيه الأفكار والصور والآراء؛ فلقد أضحت قضايا الإعلام المثيرة للنزاع بطريقتها الخاصة - من ضمن اهتماماتنا، خلال السنوات القليلة الماضية. وهناك نمو تلقائي سريع للقلق العام إزاء العنف في الإعلام، وهذا ربما يكون مفيداً لجذب انتباه مشاهدي القنوات، ويكاد يكون له أثر فعال في إضعاف معنويات المشاهد. كما أن هناك قلقاً متزايداً إزاء آثار الإعلان الإعلامي على الأطفال بصفة خاصة، ولكن يجب علينا جميعا - كباراً وصغاراً - تَوَخّي الحيطة والحذر عندما ينحدر الإعلان داخل محتوى برنامج أو مقال.

لقد بدأنا الآن نفهم جميع الطرق التي بواسطتها تعمل وسائل تقديم الأخبار - بصفة خاصة - على تشكيل السياسة العامة والحوار بمهارة، فمثلاً التغطية المثيرة للجريمة تضع الأساس لإجراءات العدالة الجنائية العقابية، مثل مقولة: (ثلاث ضربات وأنت خارج الحلبة). كما أن التغطية غير الكافية للأخبار الأجنبية تتركنا بدون أدلة في عهد العولمة.

وكانت المشكلة دائماً هي: ما العمل إزاء وسائل الإعلام؟ إذ يمكننا كتابة خطابات سيئة المحتوى للمحرر، كما يمكننا إيقاف تشغيل أجهزة التلفاز. فهذه الإيماءات

البسيطة تدلنا على كيفية وإمكانية التأثير في شيء منحرف بدرجة كبيرة، وهو في الوقت نفسه حميم، مثل بيئة الإعلام التي نعيش فيها.

وبحسب رأي (روبرت ماك جزني: Robert McChesney)، و(جون نيكولاس: John Nichols) في كتابهما (وسائل إعلامنا، ليست ملكًا لهم) - فإن التحكم في الإعلام يعد قضية سياسية أساسية في كافة دول العالم، وموضوعاً للحوار والتشريعات المحتملة، ويمكن أن يحدث ذلك التحكم إذا كنا نرغب في اتخاذ خطوة متجاوزة لفكرة السيطرة، وبناء حركة أساسية لمقاومة التشوهات، والحياة المادية المخدرة للعقل، ولوسائل إعلامنا غير المسؤولة التي تخضع لسيطرة الشركات.

تخيل - إذن - نوع وسائل الإعلام التي يستحقها المجتمع الديمقراطي: الإعلام الذي يجلب لنا ثروة من الآراء المختلفة، وخيارات الترفيه، والأخبار التي تكون مسؤولة عن تزويدنا بالمعلومات التي نحتاجها للعمل كمواطنين مطلعين، حيث تتدفق الأفكار من وسائل الإعلام في اتجاهين، فيكون للناس فرصة للتعبير عن اهتماماتهم بصورة روتينية.

وإذا كنت تحب هذا التصور فعليك وضع نفسك داخله؛ وذلك بالانضمام إلى الكفاح من أجل إصلاح الإعلام. لقد وضح لنا (ماك جزني) و(نيكولاس) ما الشيء الذي يمكن عمله، ومن ثم يتضح لنا جميعاً أهمية إدراك مدى تلك الاحتمالات المؤثرة على أنشطتنا.

حوار صريح: رالف نـادر
In an Honest Debate: By Ralph Nader

قبل مدة قصيرة، كنت قد افتتحت مؤتمراً صحفياً في مدينة (سولت ليك: Salt Lake)، وتحدثت وأنا أنظر إلى كاميرات التلفاز، وأمامي مكبرات الصوت عن الحقيقة القائلة: إن الناس - وليس شركات الاتصالات المتعددة الجنسيات - هم الذين يجب أن يمتلكوا موجات الأثير الهوائية. فهذه الطريقة هي إحدى الطرق التي تجعل من وسائل الإعلام قضية.

ولكن حسب ما يشير إليه (روبرت ماك جزني: Robert McChesney)، و(جون نيكولاس: John Nichols) - فإن هذه ليست الطريقة الوحيدة؛ ففي دول أخرى من هذا العالم نجد أن نقابات العمال، والأهالي الأصليين، والنشطاء السياسيين، وحتى المواطنين العاديين، قد وضعوا الإعلام على جدول أعمالهم.

والآن يناقش كل من (ماك جزني) و(نيكولاس) هذه القضية، ويقولان: نحن شعب الولايات المتحدة الأمريكية - نريد أن نجعل من الإعلام جزءاً من الحوار القومي في الأرض التي ضَمِنَ فيها مؤسسوها حريةَ الصحافة؛ لأنهم قد عرفوا أن الديمقراطية تحتاج لمصادر غنية، ومتنوعة، من المعلومات والأفكار، وعليه فإن (ماك جزني) و(نيكولاس) على حق تماماً.

فنحن جميعاً نحتاج إلى البدء في التحدث عن الحقيقة القائلة بأن شعب الولايات المتحدة الأمريكية يمتلك موجات الأثير الإذاعية، فهم المُـلاّك لمحطات الإذاعة والتلفاز، وهم المستأجرون. وينبغي للشركات التي تمتلك تلك المحطات أن تدفع أموالاً لمفوضية الاتصالات الفدرالية (FCC) مقابل موجات الأثير، كما ينبغي إعادة تدوير بعض تلك الأموال لتطوير التلفاز للشعب، وينبغي أن يدفع الإيجار للشبكات التي يديرها الجمهور؛ لأنها تخدم الشعب، وتخدم الديمقراطية، وتعالج أموراً جادة وخطيرة، بطرق مثيرة للاهتمام.

نحن جميعاً بحاجة إلى البدء في التحدث عن الحقيقة القائلة: بأنه يجب عدم السماح للشركات متعددة الجنسيات - أن تُمْلي على الحكومة القيودَ التي سيتم فرضها على المناقشة في قطاعات الإذاعة، ووسائل الإعلام المطبوعة.

نحن جميعاً بحاجة إلى البدء في التحدث بقوة بأنه ينبغي للشعب استخدام اللوائح الحالية المضادة للائتمان والإذاعة، بالإضافة إلى القوانين الجديدة، والتقنيات الحديثة، وكسر الاحتكارات، وفتح حوار ديمقراطي حقيقي واسع النطاق في هذا البلد.

وهناك أشخاص متفوقون يقولون بأن قضايا امتلاك الإعلام - هي قضايا معقدة، لدرجة تصلح معها لأن تكون قضايا للحوار السياسي، على الرغم من أن كبار النقابيين لا يتحدثون إلى الشعب.

فعندما أقوم بإثارة قضايا الإعلام مع مواطنين في مدينة (سولت ليك)، و(أتلانتا)، و(ديترويت)، و(ناشفيل)، و(لوس أنجليس)، و(دينفر) - فإنني أجد الناس دائماً يدركون المقصود من الإعلام تمام الإدراك؛ فهم على علم بأن الإعلام يخون ثقتهم العامة، وهم يشاهدون ما يعرض على شاشة التلفاز، كاستغلال الإعلانات التجارية أو الأخبار، ويلمسون قلة برامج الخدمة العامة التي تعرض على التلفاز، وهم يعرفون أن الشيء الذي يحصلون عليه ليس هو الشيء الذي يريدونه أو يحتاجونه.

وعنـدما قمـت بتحويـل النقـاش إلى الحـديث حـول الأشـياء الـتي يـتم تناولهـا والأشياء التي لا يتم تناولها في أخبار المساء، في الأماكن المجاورة والمجتمعات العامة، وعندما أفكر كيف تحدث تغطية الأخبار المحلية، والتي مدتها ثلاثون دقيقة، وتحتوي على أخبار الجريمة، والأخبار الرياضية، ونشرة الأحوال الجوية، والأحاديث الزائفة - فإنها جميعاً تتصل بما يعرفه الناس بفطرتهم عن تخصيص وقت أخبار التلفاز على نحو غير متكافئ.

وعندما يتحدث أي شخص عن الخطأ الذي يحدث في وسائل الإعلام في الوقت الحالي، وكيف ينبغي أن يكون للمواطنين الصلاحية لإجراء تغيير له مغزى - فإن الناس يشعرون بالنشوة، فهم يحبون فكرة التحكم في بعض ما يمتلكون، ولا يتعرضون للصدمة عندما يسمعون أن الحكومة تسلم موجات الأثير إلى تكتلات الإذاعة والتلفاز.

وإذا أردنا حواراً نزيهاً، فإن الجوانب التي تناقش الوضع الراهن فيما يتعلق بالإعلام - لن تحصل على دعم بنسبة خمسة بالمائة، وهذا هو السبب لحاجتنا لفتح ذلك الحوار النزيه. ولن يكون ذلك سهلاً، إلا أن هذا الكتاب سيساعد على فتح ذلك الحوار النزيه، ويجب أن تمسك المفتاح بيديك؛ لضمان عدم إغلاق سلسلة وسائل الإعلام المشتركة من قبل الشركات الكبرى، والتي قامت بتقييد الحرية الحقيقية للصحافة، والديمقراطية الحقيقية في هذا البلد، لفترة طويلة جداً من الزمن.

قصة تحدي (توم بَين): نعوم شومسكي

Renewing Tom Paine's Challenges: By Noam Chomsky

قبل مائتي سنة أصدر (توم بَين : Tom Paine) نداء لاستعادة الحقوق التي فقدت، من أجل محاربة الاحتلال والطغيان، ومن ثـمّ يتم افتتاح (عهد جديد للعنصر البشري). وأدعو هنا لاتخاذ إجراء لتجديد نداء (توم بَين)؛ فالحقوق التي يجب على المواطنين المثارين استعادتها في الوقت الحالي تكون ضمن أكثر الحقوق الأساسية لديمقراطية حقيقية، وهي الحق في الحصول على المعلومات، والنقاش الحر والصريح وغير المشفر من قبل شبكات الإعلام، التي قامت بتشكيل وسائل الإعلام الرئيسة داخل أجهزة السلطة والطبقة المسيطرة.

واستعادة الحقوق ليست بالأمر السهل، فقد توفي (توم بَين) ولم يحظ إلا بقليل من التقدير في الدولة التي ساعدها على التحرر من الحكم البريطاني، وفوق ذلك اتُّهِم بكونه "كافراً"، ألحق "كثيراً من الضرر بالمجتمع". ودعوة (توم بَين) لاستعادة الحقوق ترجع إلى عام ١٧٩٥م، فلهذا أعرب (جيمس ماديسون) عن قلقه إزاء مصير التجربة الديمقراطية، وحذر من "سيطرة حقيقية من قبل الأقلية تحت ستار الحرية الظاهرة لعديد من الناس"، مستنكراً "الفسوق الجريء عبر الأجيال"، كصلاحيات خاصة

"تصبح الرباط الإمبراطوري للحكومة، وفي الوقت نفسه تصبح أدوات لها، فتطغى بها، مع إعطائها رشوة من هباتها السخية، وتجاوز هيبتها عن طريق المطالبات الصاخبة والتذمر الغاضب".

ولقد أبدى (توماس جيفرسون) تخوفه من قيام حكومة وحيدة وشهيرة من الطبقة الأرستقراطية - على المؤسسات البنكية والشركات المالية، والتي ستساعد الأقلية على أن يحكموا الفلاح المنهوب وصغار ملاك الأراضي المعدمين.

ولقد لقيت أفكار (توماس جيفرسون) صدى واسعاً لدى (أليكس دي توكوفيل)، الذي تصور أن أكبر أخطار عدم المساواة الدائمة هي نهاية الديمقراطية، وإذا كان هناك وجود للطبقة الأرستقراطية الصناعية التي تنمو تحت أعيننا، والتي هي أكثر الأنظمة الموجودة في العالم صرامة - فإنها قد تجاوزت حدودها.

وبعد قرن، وخلال فترة لا تشبه الفترة الحالية، دعا فيلسوف أمريكا الاجتماعي البارز (جون ديوي) إلى استعادة الحقوق الأساسية؛ حيث انحطت الديمقراطية تحت حكم العمل التجاري لجني الأرباح، عن طريق سيطرة القطاع الخاص على البنوك والأراضي والصناعة، معززاً بسيطرة الصحافة ووكالات الدعاية والإعلان والوسائل الأخرى للدعاية والإعلان، ملقياً على المجتمع ظلاً يطلق عليه "علم السياسة".

إن رؤية الديمقراطية التي حثت على مثل تلك الاهتمامات، وأسهمت في الكفاح الشعبي لتعزيز الآمال وتحقيق وعودها - كانت تمثل تحدياتٍ كبيرةً للفكر وللعمل أيضاً.

وكانت اتجاهات (ماديسون) نحو الديمقراطية متناقضة، وخلال المؤتمر الدستوري ألح (ماديسون) على القول بأنه يجب منح القوة لأثرياء الأمة والرجال الأكثر قدرةً، والذين يعترفون بأن مسؤولية الحكومة هي حماية أقلية الأغنياء من الغالبية. وتوقع (ماديسون) أن إنجاز هذه المهمة الضرورية قد يكون صعباً، مع احتمال

زيادة في نسبة أولئك الأشخاص الذين سوف يرزحون تحت نير مصاعب الحياة وشدائدها، ويتنهدون سراً للمطالبة بالتوزيع المتساوي للنعم المغدقة عليهم. وكانت الإجراءات المتخذة لمكافحة ذلك بمثابة مبادئ أساسية للأمر الدستوري، والذي كان (ماديسون) قد قاد عملية صياغته.

واعتقد (ماديسون) أنه لا ينبغي أن يكون هناك تضارب مع المبدأ السامي؛ نظراً لأن رجال الملكية الذين سوف يسيطرون على القوة سيكونون رجالاً أنقياء ونبلاء، وكل واحد منهم يُعدّ رجل دولة، (مستنيراً ثقافياً وفيلسوفاً مطبوعاً على حب الخير)، إلا أن الحقيقة كانت أكثر قسوة عندما أراد (ماديسون) تقدير تلك الحقيقة، ومن هنا بدأت الهواجس المنذرة بالشر تنتابه بعد سنوات قليلة.

وهناك أوهام مماثلة شجعت مذهب (ويلسون) التقدمي، وكان رأي (ويلسون) هو أن نخبة من العظماء (ذوي المثاليات السامية) يجب أن يحكموا؛ من أجل استمرار الاستقرار والاستقامة، وينبغي أن تسيطر الأقلية الذكية من (الرجال المسؤولين) على عملية صنع القرارات.

واعتقد (والتر ليبمان) - عميد الصحافة الأمريكية في القرن العشرين، والباحث في الجانب النظري والتقدمي الديمقراطي المحترم - أنه لكي تعمل الأشكال الديمقراطية للرفاهية العامة، فإنه ينبغي تشكيل الرأي العام، ووضع السياسة وتطبيقها من قبل هذه الأقلية الذكية والمحددة ذاتياً، والذين يدينون بسلطتهم لخدماتهم للقوة الموثوقة. وهي حقيقة بدهية في الظلال التي يلقيها صفوة المفكرين، والذين يجدون بأن هذه الأفكار جذابة، ويجب وضع الجمهور العام (الدخلاء، والجهلاء، والفضوليين) في مكانهم المناسب - ومكانهم المناسب كما يقول (والتر ليبمان): "ومكانهم بعيد عن مراكز القوة، ويجب أن يكونوا (متفرجين على العمل) وليسوا مشاركين، على الرغم من أنه ليس لديهم وظيفة، ويجب على الجمهور العمل فقط على الانحياز نحو

شخص ما، حتى يكون في وضع يمكنه من التصرف بطريقة تنفيذية"، في تمارين دورية يطلق عليها "الانتخابات".

وطلب (هارولد لا سويل) أحد مؤسسي العلوم السياسية الحديثة من الأقلية الذكية أن تكون على اطلاع وعلم بجهل وبلادة الجماهير، وطرد (الدوغما الديمقراطية) التي ترى أن الرجال هم أفضل من يتحكمون في مصالحهم الذاتية، إنهم ليسوا كذلك بل نحن كذلك.

وينبغي السيطرة على الجماهير من أجل مصلحتها، وعندما تصبح المجتمعات أكثر ديمقراطية – فإن القوة لا تكون متاحة كوسيلة للسيطرة الاجتماعية، وينبغي أن يعود الرجال المسؤولون إلى الأسلوب الكامل الجديد للسيطرة، وذلك عن طريق الدعاية بدرجة كبيرة، مطالباً ببسط وجهة نظره.

والوضع المثالي هو ما يطلق عليه المنظر الأكاديمي الديمقراطي (روبرت داهل) لفظ (التعددية)، وليس (الديمقراطية). فأولئك الذين يبحثون عن الديمقراطية الشعبية – مثل (توم بَين: Tom Paine) – يسببون كثيراً من الأذى، بناء على مذهب النخبة السائد.

وليس من المثير للدهشة، موافقة عالم القوة الخاصة. فلقد تأثرت صناعة العلاقات العامة الحديثة بالتقدميين من أنصار (ويلسون)، الذين دافعوا عن هندسة الموافقة، وهو أسلوب للسيطرة يستخدمه الرجال المسؤولون لفائدة جمهور من الجماهير الجاهلة، والتي يجب تنظيم عقولها بصرامة، وبأكبر قدركما ينظم به أفراد الجيش أجسامهم.

وينبغي تدريب الجماهير البليدة أو الغبية على التخلي عن أي أفكار خطيرة وهدامة حول التحكم في حياتهم الخاصة، ومهمتهم فقط هي اتباع الأوامر، في الوقت الذي يركزون فيه الاهتمام على الأشياء الأكثر سطحية، والتي تؤلف قدراً كبيراً من الاستهلاك ذي العلاقة بعالم الطبقات الاجتماعية العليا، ويجب عليهم تبني فلسفة

العبث واللاجدوى، والتخلي عن مصيرهم للعظماء (ذوي المثاليات السامية)، الذين يديرون النظام السياسي، والتخلي عن تركيزات السلطة الخاصة غير المسؤولة، التي هي (أدوات طغيان) الحكومة. وتنحصر حياة هذه الجماهير في نطاق خاص ضيق، حيث يكون استهلاك السلع ومضاعفة الثراء الفردي بمثابة قيم ذات علاقة بالسلطة.

إن قدراً كبيراً من حماسة الجناح اليميني تقف خلف دوافع تدمير الضمان الاجتماعي والمدارس الحكومية، وكذلك فإن إيقاف البرامج تعتمد على القيم التي ينبغي اجتثاثها، والقيم الطبيعية والراسخة للتعاطف والتضامن، والاعتقاد بأنه ينبغي أن يهتم المرء بما يحدث للطفل أو الأرملة العاجزة في الجانب الآخر من المدينة، وينبغي دفع هذه الأفكار الخبيثة عن العقل، كما ينبغي فصل الناس إذا كانوا سيُحكمون من قبل الرجال المسؤولين لمصلحتهم الذاتية.

وهذه الرؤى المتضاربة في توتر دائم، وهناك قدر كبير من المد والجزر في الكفاح من أجل استعادة وتوسيع نطاق الحقوق والحرية، كما أن الانتصارات التي يحققها (الدخلاء الجهلاء والطفيليون) تزرع الخوف والذعر وسط القادة العمليين، والذين يحذرون من الخطر الذي يواجه الصناعيين في القوة السياسية الصاعدة للجماهير، ويدعون إلى عنفوان متزايد في (المعركة المستمرة لعقول الرجال)، فالصفوة من المفكرين المتحررين في خطر تجاوز الديمقراطية، عندما يسعى السكان السلبيون واللامبالون في العادة إلى دخول الميدان السياسي للإصرار على مطالبهم، متناسين مكانهم المناسب في النظام الديمقراطي.

ومع القلق العميق إزاء تجاوز الديمقراطية في الستينيات، فإن مفكري اللجنة الثلاثية – والذين يمثلون القطاعات الحرة الدولية للعالم الصناعي – ألحوا على مزيد من "التحديث في الديمقراطية"، وبالرجوع إلى أيام الرئيس (ترومان) – بناء على ما أورده (صامويل هنتغتون) اختصاصي العلوم السياسية بجامعة هارفارد – "عندما استطاع

(ترومان) أن يحكم الدول بالتعاون، مع عدد قليل نسبياً من محامي ومصرفيي (وول ستريت)". ومن أجل عكس نجاح الديمقراطية، فقد نصح أولئك المفكرون بضرورة القضاء على إخفاقات المؤسسات المسؤولة عن تلقين الشباب "المذاهب والمبادئ"، وربما التأكيد على التنظيم الحكومي للصحافة، إذا كان قادتها لا يفرضون "معايير من الاحترافية" (وهي التكسب بكل ما لا يعد في الأصل حرفة يتكسب بها، كالرياضة البدنية والسياسة ...إلخ)، وتقليص الانحرافات العرضية من استقامة الرأي والطاعة.

لذلك أصبحت (أزمة الديمقراطية) التي تصورها المحللون في اللجنة الثلاثية أكثر حدة في السنوات التالية، حيث نشأت الحركات الشعبية الواسعة النطاق، من ثورات الستينيات، متداخلة مع سيطرة النخبة، إذ نادت بالمساواة بين الجنسين سياسياً واقتصادياً، والمحافظة على البيئة، والتضامن، ومكافحة السلاح النووي، ومواضيع أخرى.

لقد تمت مقاومة هذه الميول الديمقراطية بمستجدات مهمة في المجتمع المحلي والدولي، وكان أحد العناصر الأساسية لبرامج المذهب الحر الحديث في الربع الأخير من القرن هو تقييد نطاق الميدان العام، والقضاء على التهديد بتحويل القرارات إلى الحكومة الاستبدادية الخاصة غير المسؤولة تحت شعار "تقليل حجم الدولة للحد الأدنى". ولقد استولى (ديفيد روكفيلر) مؤسس اللجنة الثلاثية على الفكرة الأساسية، وشارك في وضع منظورها العام الدولي الحر، وعبر عن موافقته للاتجاه نحو تقليل دور الدولة، وهو الشيء الذي يحبذه رجال الأعمال. ولكن الوجه الآخر للعملة هو أنه ينبغي لشخص ما أن يأخذ مكان الحكومة، فيبدو ككيان قانوني ليحل محل الحكومة، وأعتقد بأن هناك عدداً كبيراً جداً من رجال الأعمال لم يواجهوا ذلك الموقف ببساطة، أو أنهم قالوا: (هذه مسؤولية شخص ما آخر، وليست مسؤوليتي)، ومن الأمور الحاسمة هنا القول أنها ليست مسؤولية الجمهور.

وهناك فارق دقيق لا يكاد يدرك بالنسبة لبرنامج (تقليل حجم الدولة)، إذ ينبغي تعديل وظائف الدولة وليس تقليل حجمها، وينبغي للدولة أن تستمر على الأقل في خدمة (أدواتها)، مع التأكيد أن العالم منظم بطريقة جيدة لتلبية احتياجاتهم، مع المحافظة على الآليات التقليدية في المنزل، لإضفاء الاجتماعية على التكلفة والخطر؛ لحماية أقلية الأغنياء من نظام السوق.

إن التحرر المالي هو المكون الرئيس لبرامج المذهب الحر الحديث، الذي يعمل على تقويض الديمقراطية، كما كان مفهوماً على نحو جيد لمدة نصف قرن. وهو يخلق كذلك ما يطلق عليه بعض الاقتصاديين الدوليين اسم (مجلس الشيوخ الافتراضي للمستثمرين ورأس المال المضارب)، وهو يسيطر على صلاحية (حق الفيتو) على القرارات الحكومية، ويمكنه معاقبة السياسات السيئة، التي قد تفيد السكان بدلاً عن تحسين المناخ للعمليات التجارية.

ومع عدم ترك شيء للمصادفة، فإن أولئك الذين يشنون المعركة المستمرة لعقول الرجال قاموا أيضاً بإنشاء (خزانات التفكير) المؤثرة، والأدوات الأخرى؛ لتقييد المكان العام المحدود المسموح به من قبل وسائل الإعلام المشتركة. ويعد توحيد وسائل الإعلام وتقييد أي وظيفة خدمة عامة نتيجة طبيعية ملازمة لهذه البرامج، التي تختلف كثيراً عن برامج العوام المستقلة، التي تؤدي إلى احتكار القلة في قطاعات عديدة من الاقتصاد، والتي يتحكم فيها عدد قليل من التكتلات المرتبط بعضها ببعض، مع التحالفات الإستراتيجية والدول القوية، التي تعتمد عليها تلك التكتلات، والتي يلقون عليها ظلالهم.

والجمهور مدرك للخلل الديمقراطي المتنامي. وأحد المواضيع التي يتم تناولها أدناه هو موضوع التغطية الإعلامية، أو ربما تلك التغطية التي ستكون أكثر ملاءمة لانتخابات نوفمبر ٢٠٠٠م في وسائل الإعلام المشتركة. ومن الجدير بالملاحظة أنه في

عشية الانتخابات وقبل تدخل المخادعين في ولاية فلوريدا وتدخل المحكمة العليا - فإن ثلاثة أرباع السكان لم يأخذوا العملية على محمل الجد، والنظر إليها كلعبة يلعبها المساهمون الماليون وقادة الأحزاب وصناعة العلاقات العامة، والتي خدعت المرشحين ليقولوا أي شيء تقريباً لكي يتم انتخابهم؛ لكي يعتقد المرء بالقدر القليل الذي قاله المرشحون، حتى عندما كان ذلك واضحاً.

ولا يستطيع المواطنون تحديد مواقف المرشحين حول معظم القضايا، ليس بسبب أنهم أغبياء أو لا يحاولون، ولكن بسبب الجهود الواعية لتوجيه اهتمام المقترع بعيداً عن القضايا إلى الخواص، ولا يمكن لعديد من القضايا ذات الأهمية الكبيرة للجمهور أن تدخل في جدول أعمال الانتخابات؛ نظراً لأن الاتجاهات الشعبية تكون مقاومة بشدة لإجماع النخبة. ومن ضمن تلك القضايا قضايا مرتبطة بالشؤون الاقتصادية الدولية، بما فيها (اتفاقيات التجارة الحرة)، والتي تطلق عليها الصحافة التجارية بقدر أكبر من الأمانة اسم (اتفاقيات الاستثمارات الحرة)، وبعد عقد من الزمان كان ينبغي الإبلاغ عن موقف الحركة العمالية الأمريكية حول النافتا (NAFTA)، والنتائج النهائية لمكتب البحوث التابع للكونجرس؛ وذلك خارج المصادر المنشقة ولأسباب عدة. لقد تنبأوا بالآثار الضارة لهذه الاتفاقيات على العاملين في الدول الثلاث المعنية، والبدائل البناءة المقترحة، وربما تكون هذه البدائل قد حظيت بقدر كبير من الدعم الشعبي، وتم توفيرها، ولكنها واجهت مقاومة من إجماع النخبة، والذي يعين الحدود للميدان الانتخابي وحوار وسائل الإعلام.

وتوصل مشروع جامعة هارفارد، الذي يراقب الاتجاهات السياسية، إلى أن الشعور بالعجز - في انتخابات شهر نوفمبر عام ٢٠٠٠م - قد وصل إلى مستويات مرتفعة من الخطر، حيث قال أكثر من نصف المشاركين: بأن الذين هم مثلنا لديهم نفوذ قليل أو لا يوجد لديهم نفوذ على ما تفعله الحكومة. ولقد زادت الأرقام بمستوى

ثابت خلال فترة المذهب الليبرالي الحر، ليس فقط في الولايات المتحدة الأمريكية، ولكن على نطاق عالمي بما في ذلك دول أمريكا اللاتينية، حيث كان انتشار الديمقراطية الرسمية مصحوباً بانحطاط ثابت في الولاء للديمقراطية، غير أنه لا يجب ترجمة ذلك الشعور بالعجز إلى يأس، وكما حدث في الماضي فإن القوى الشعبية كانت تنظم نفسها على نطاق كبير لا مركزي بدرجة مرتفعة في الأسلوب الأمريكي المألوف مع نقاط ضعفه ونقاط قوته.

ويقدم (ماك جزني) و(نيكولاس) كثيراً من الأدلة على أنه ربما تكون في المراحل المبكرة من الحركة الاجتماعية الخطيرة، والتي ستكون فيها ديمقراطية الإعلام بمثابة محور التركيز الرئيس للنقاش والنشاط وإعادة البناء. ويقدم (ماك جزني) و(نيكولاس) حالة قوية لتأييد هذه الأولويات، ويقترحان المسارات التي يمكن اتباعها لوضع هذه الأسس لاستعادة الحقوق ودفع الكفاح الذي لا نهاية له - إلى الأمام من أجل الحرية والعدالة.

المقدمة

Introduction

"إن الحكومــة الــشعبية بــدون معلومــات شــعبية أو وســائل لاكتــساب المعلومات – هي عبارة عن مقدمة لرواية، أو عمـل تمهيـدي (Prologue) لمسرحية ساخرة هزلية، أو مسرحية تراجيدية حزينة، أو ربما للاثنتين معاً؛ فالمعرفة سوف تحكم الجهل للأبد، فينبغي للذين يريدون أن يكونوا حكام أنفسهم أن يسلّحوا أنفسهم بالقوة التي تمنحها المعرفة".

جيمس ماديسون (James Madison)

لقد كان من المفترض أن تكون وسائل الإعلام لنا.

في عصر التنوير الثقافي في نهاية القرن الثامن عشر، عندما بدأ المفكرون يتخيلون أنهم سيطيحون بالحكومات الاستبدادية للملوك، وأن يرثوا بدلاً عن ذلك حكومة منتخبة – فهموا أن الأداة الأساسية للمواطنين المحررين حديثاً ستكون هي المعلومات.

ومن ثم، فقد احتفظ (جيمس ماديسون) ورفاقه في القضية الثورية – عندما صاغوا دستور الولايات المتحدة الجديدة – بوسائل حماية صحافة حرة ومتنوعة

وخطيرة، وستكون هي الأساس الذي يرتكز عليه الحكم الذاتي الأمريكي والحرية الأمريكية خلال القرنين القادمين.

فلم تكن هناك أي مسألة للقصد الأصلي، فكما حذر (توماس جيفرسون: Thomas Jefferson) قائلا: "لا يمكن حراسة حريتنا إلا عن طريق حرية الصحافة". وكان ينبغي لوسائل الإعلام أن تكون كلبَ حراسة صارماً؛ لمراقبة أولئك الذين هم في السلطة، وأولئك الذين يريدون أن يكونوا في السلطة في القطاعين العام والخاص.

وكما يشرح (جيفرسون) أنه "من الملاحظ أن يكون لموظفي كل حكومة نزعات طبيعية للسيطرة على حرية وممتلكات ناخبيهم المقيمين في دوائرهم الانتخابية، ولا يوجد هناك إيداع آمن لهذه النزعات الطبيعية إلا عن طريق الناس أنفسهم، ولا يمكن أن تكون آمنة مع الناس بدون معلومات، وعندما تكون الصحافة حرة ويستطيع كل رجل أن يقرأ، فإن الجميع يكونون كلهم في أمان".

ولكن هل الجميع في أمان؟ هل يستطيع أي شخص أن يقترح بجدية أنه ينبغي لوسائل الإعلام أن تزود جميع المواطنين بمعلومات تفصيلية دقيقة عن طريق المصادر المطلعة على القضايا المهمة لأزماتنا؟

هل يزعم أي شخص أنه توجد مصداقية لوسائل الإعلام اليوم التي هي أساس الحرية الأمريكية؟

فهل سيرى (جيفرسون) و(ماديسون) في الإعلام - احتكارات القرن الحادي والعشرين للصحافة الحرة، ويعرفون أنه لن تكون هناك ديمقراطية بدونها؟

بالطبع لا.

كان من المفترض أن تكون وسائل إعلامنا عن طريق التصميم والضرورة - عبارة عن أصوات ذكية ومزدهرة ومتنوعة ومنظمة؛ لأجل إبلاغ وإقناع جمهور الناخبين المنظمين، ولخدمة ذلك الجمهور بالديمقراطية التي سوف يزيفونها. ويمكن تتبع

الكثير من الأشياء التي تزعج ديمقراطيتنا وأمتنا وعالمنا، كما يمكن تتبع مقاصد الديمقراطيين الثوريين، أمثال (توم بَين)، لقد كان (بَين) يحلم بالأمة التي تشجع "على تداول مستمر للأفكار، عبر ملايين القنوات الإعلامية التي تنشط الكتلة الكاملة للرجل المتحضر".

وبعيداً عن تنشيط الكتلة الكاملة، فإن نظام الإعلام الذي يعمل بالولايات المتحدة اليوم - يفشل في تقديم الدعم الأساسي للمواطنة، ويفشل في حماية أو نشر الخير العام، إنه ليس نظام إعلام من ابتكارنا، لم نصنعه بأيدينا أو في مصلحتنا؛ وذلك هو السبب لتعرضنا اليوم - ليس لوسائل إعلامنا، ولكن - لوسائل إعلامهم... فمن هم؟

هم عبارة عن حفنة من التكتلات الهائلة التي قامت باحتكار امتدادات شاسعة من مساحة الإعلام. إن هياكل احتكار القلة التي تم إنشاؤها تسخر من النظرية التقليدية للصحافة الحرة، حيث يمكن لأي شخص تدشين وسط إعلامي ويشارك في سوق الأفكار، فالاحتكارات تنمو بشكل شامل مع كل سنة من السنوات العابرة.

وقد لاحظ (ايه جي ليبلنغ) قبل عقود مضت: "أن حرية الصحافة في أمريكا يحتكرها - على نطاق واسع - أولئك الأشخاص الذين يمتلكون إحدى وسائل الإعلام". وسنقوم بتحديث قوله فقط بإزالة العبارة (على نطاق واسع).

من الذين تخدمهم وسائل إعلامهم؟ إنهم يقدمون في المقام الأول خدمات لمساهميهم، ويمكن أن تكون وسائل الإعلام الرئيسة في الولايات المتحدة محققة لأرباح هائلة، وللمحافظة على تلك الأرباح فإنهم يخدمون مصالح الشركات الكبرى التي تدفع - بسخاء - شيكات إعلانات سمينة للإعلام. ولتفادي فرض قوانين على المصلحة العامة؛ فإنهم يخدمون تلك الطبقة السياسية التي ترد الجميل بالسماح للتكتلات الإعلامية بالوصول الحر إلى موجات الأثير العامة، بينما تقوم بصورة روتينية بإزالة الحواجز أمام توسع سيطرة الشركات على قطاع الاتصالات.

ويصل الأمر إلى الحد الذي ينظر فيه ملاك وسائل الإعلام الكبرى في أمريكا إلى أنفسهم بأنهم مقيدون برسوم الخدمة العامة، إلا أن تلك الرسوم موجهة نحو المستهلكين الأغنياء، الذين تقدم لهم خدمات تغطية صحفية وإعلامية على مدار الساعة، والتي تتحدث إلى طبقة صغيرة جداً من المستثمرين، والمشكلة مع نظام وسائل إعلامهم هي أنها توجد لتخدم مصالحهم، وليس لخدمة مصالحنا. كما أن الربح يغري المجتمع المدني في كل مرة، وليس بالمستغرب أن يكون المجتمع المدني في أزمة.

خذ في الاعتبار نقص القيم الأساسية للمجتمع، والخدمة، وعمل الخير العام - التي ننظر إليها كتطرف تجاري مدفوع من قبل الإعلام، والذي ينتشر في كل زاوية شق في جدار ثقافتنا، وخذ في الاعتبار المستويات الدراماتيكية (المثيرة) للتحرر التي تنتج عند مرور أي شيء إلى الصحافة، فإنها تترك المواطنين غير مطلعين.

وخذ في الاعتبار فظاعة وشناعة الانتخابات التي يتم فيها استبدال التغطية الجادة للقضايا بحملات إعلانية مترعة، وطافحة بالأكاذيب المسيئة، وأنصاف الحقائق، التي أصبحت اللغة المشتركة للحديث السياسي.

خذ في الاعتبار أيضاً الطريقة التي يرفض فيها القادة المنتخبون - الذين لم يعودوا يتعرضون للمطاردة من قبل كلاب حراسة الإعلام - تناول القضايا التي تقول الغالبية الساحقة من الأمريكيين بأنها تتطلب الاستجابة من قبل الحكومة. وهي: الاستفادة من خدمات الرعاية الصحية، والسكن المناسب، والمدارس المنهارة، وعدم كفاية وسائل النقل، وتلوث البيئة، وسجن المجمعات الصناعية، التي يُبعَد إليها أولئك الذين يعانون من الأمراض التي يمكن - ويجب - أن تعالج.

ويجب أن يكون هناك نقاش واسع النطاق، مفاده أنه يجب علينا كمواطنين تحمل قدر كبير من المسؤولية لدعم الخير العام، وبالتأكيد فهناك مقدار ضئيل من الحقيقة في هذا الرأي، ولكن ماذا عن وسائل الإعلام؟

لماذا يطالب عدد منا بأنه يجب أن تظهر وسائل الإعلام في مستوى المسؤولية الذي أراده كلّ من (ماديسون) و(جيفرسون)؟

إن الاستجابة التي تأتي من المدافعين عن وسائل الإعلام الكبرى عادة ما تؤكد على أن تلك الوسائل تكون غير وطنية. وأخيراً، تمضي هذه النظرية في القول بأن التكتلات الإعلامية قد نالت النجاح والقوة بالطريقة الأمريكية، وبكسب المنافسة القوية في عالم التجارة، غير أن هذا الدفاع عن السوق الحر له عيب واحد، وهو أنه لا يستند إلى الواقع.

إن الادعاء بأن وسائل الإعلام الأمريكية نتاج لمنافسة السوق، والتي يفوز بها حفنة من الشركات متعددة الجنسيات - هي إحدى الأكاذيب الكبرى التي تسعى شركات الإعلام إلى نشرها على نحو يائس، ومثل الكثير من برامجهم فإنها عبارة عن سلة من الحماقة.

إن نظام إعلامنا هو عبارة عن نتيجة مباشرة للعمل الحكومي والقوانين والسياسات التنظيمية الحكومية، التي لم تحدد ميدان اللعب فحسب، ولكنها حددت الفائزين باللعبة أيضاً. وفي حالة الراديو، والتلفاز، والكيبل البرقي، والأقمار الصناعية - فإن الوكالات الحكومية تمنح حقوق الاحتكارات للامتيازات للشركات الخاصة بدون تكلفة، فالشخص الذي يحصل على هذه التراخيص سيحصل على ربح مضمون. وقيمة هذا الشكل من الإنعاش المشترك خلال السبعين السنة الماضية تعد مربكة للعقل، ومن المؤكد أن تلك الأرباح تقدر بمئات الملايين، إن لم تكن تريليونات (رقم من واحد إلى يمينه ١٢ صفراً) من الدولارات. وتكاد تكون جميع شركات الإعلام العملاقة مؤسسة على ظهور هذا الإنعاش المشترك، على الرغم من أنك لن تعرف ذلك على الإطلاق بالاستماع إلى لغتهم المنمقة والطنانة، التي تتسم عادة بالمغالاة وعدم الصدق.

وحتى الأفلام والموسيقى ووسائل الإعلام التقليدية المطبوعة تعتمد في وجودها على القوانين واللوائح الحكومية، وإن حق النشر والتأليف - والذي هو احتكار مصادَق عليه ومطبق قانوناً من قبل الحكومة - يعد الأساس لمعظم هذه الصناعات الإعلامية. وبدون هذا التدخل الحكومي الواضح في السوق لمنع المنافسة، فإن هذه الصناعات الإعلامية ستبدو مختلفة اختلافاً جذرياً ليس فقط للمستثمرين، بل وللمستهلكين أيضاً.

وخذ في الاعتبار: القوانين الضريبية التي تجيز - صراحة - اكتتاب الإعلان كعمل شرعي، يغذي التجارة التي غمرت الإعلام والمجتمع، وفضلاً عن كتابة القوانين الضريبية التي تروج لقصف منازلنا تجارياً، فإن الحكومة نفسها تعد مشترياً رئيساً لمحتوى الإعلام ومعلناً رئيساً.

ومع ذلك، فإنك سوف تدرك أنه لا يوجد هناك شيء طبيعي في الصناعات الإعلامية الموجودة حالياً، وأنهم لم يكسبوا منافسة نزيهة في السوق الحر، إنما كسبوا اليانصيب الحكومي، حيث حُرمت الغالبية حتى من حق شراء التذاكر.

إن المعركة ليست بين وسائل الإعلام الخاصة والتشريع الحكومي، فالنظام الحالي لوسائل الإعلام الخاصة هو نتيجة مباشرة للتشريع العدواني والإعانات المالية الضخمة التي تقدمها الحكومة. والسؤال هو: كيف سيبدو نظام الإعلام غداً؟ ستتم الإجابة عن ذلك السؤال عندما نقرر نوع التشريع والقيم التي بموجبها يُؤكَّد التشريع. فشركات الإعلام تريد الحصول على مزيد من نفس المزايا: قدر أكبر من تركيز الملكية، واحتكارات كبرى، وقدر أقل من المسؤولية لإطلاع أو تنوير المجتمع، وتحقيق مزيد من الأرباح. ومعظم الأمريكيين سوف يختارون شيئاً مختلفاً إذا أعطي لهم الخيار.

فالمشكلة في الولايات المتحدة الأمريكية، أنه في الوقت الذي تُوضع فيه السياسات التشريعية باسم الجمهور - فإنها لا تحظى بموافقة الجمهور.

وفي الحقيقة، سيكون من الصعب تخيل مثال أكثر فساداً على التعاون بين الشركات والحكومة – من ذلك الذي يؤثر على صناعة سياسة الاتصالات في واشنطن. حيث تسعى جماعات الضغط الضخمة للحصول على أفضل الصفقات من الساسة والمشرعين، في الوقت الذي لا تعير فيه وسائل الأخبار التجارية أي اهتمام.

كما أن الحوار حول قانون الاتصالات السلكية واللاسلكية لعام ١٩٩٦م – والذي هو عبارة عن إعادة تشكيل دراماتيكي لقوانين ملكية الإعلام، وأحد أكثر مشاريع الإنعاش المشترك إثارة في تاريخ الأمة – كان بمثابة قصة قصيرة، تمت إذاعتها في نشرة الأخبار المسائية.

وفي الحقيقة، فإن المكان الوحيد الذي ستجد فيه تغطية ممتازة لصنع السياسة الإعلامية في الصحافة هو مجال الأعمال والمنشورات التجارية، حيث تُصاغ تلك السياسة كقضية للمستثمرين الأثرياء وكبار التنفيذيين، كما أنه نادراً ما تجد بأن حوارات السياسة الإعلامية تصاغ كقضايا ذات اهتمام للمستهلكين، مع نسيان الصيغة التي تعدها السياسة الإعلامية كقضية للمواطنين في مجال الديمقراطية. وعليه فإن معظم الأمريكيين يجهلون تماماً أي شيء حول صنع السياسة الحكومية التي تشكل وسائل الإعلام التي نتصل بها طوال ساعات استيقاظنا كل يوم.

ولكن ألا نرى بأن المعلقين في تلفاز (فوكس FOX) يتذمرون من وسائل الإعلام؟ ألم يشتكِ (روش ليمبو) من الإعلام حول عرضه الإذاعي المنقول على نطاق قومي؟

هناك نقد للإعلام في أمريكا، ولكنه عموماً – ليس نقداً موجهاً من المواطن، كما أنه مصمم لجعل وسائل الإعلام تكون مصدراً جيداً للمعلومات في دولة ديمقراطية، وفضلاً عن ذلك فهو مناورة ساخرة للحديث المصمم لإسكات أقل الانشقاقات حدة من قبل المبادئ المحافظة المؤيدة للشركات، والتي تأتي لتمرير الأخبار.

وينبغي ألا يصاب أحد بالدهشة إزاء الشكل الوحيد من أشكال نقد الإعلام الذي يلعب دوراً كافياً في وسائل الأخبار التجارية، هذا النقد الموجه لشركات الإعلام لاحترام القيم التعددية التي يعتنقها معظم الأمريكيين، وعليه فإننا نسمع كثيراً عن كيفية انحياز الإعلام نحو جناح اليسار أو الانحياز الليبرالي السياسي. فلقد وصلت الدراسات والمناقشات الرائدة في مجال الإعلام حول تلك الادعاءات إلى الحد الذي أصبح فيه كِتاب (الانحياز) لـ(برنارد غوليبرج) أكثر الكتب رواجاً في مجال الانحياز في الإعلام. اكتشف قراء كتاب (غولدبرج) بأن الكتاب استند إلى معايير ظاهرة للعيان، مشتملة على عدد كبير جداً من الحكايات والنوادر المتناقضة، ومن نوع رديء لا يؤهله لأن يكون إلا كتاباً مثيراً للشفقة، ولكن أولئك الأشخاص الذين يخبروننا بألا نصدق وسائل الإعلام الحرة ليس لديهم وخز ضمير إزاء ظهور الكتاب.

وعندما يثرثر معلقو التلفاز الكيبلي حول التحيز الليبرالي في الإعلام، دون الإقرار بسخرية ظروفهم - فإنما يفعلون ذلك؛ ليس ليكسبوا حواراً أيديولوجياً، ولكن ليشوهوا سمعة أي صحافي لا يزال يحاول أن يخبر كلا الجانبين عن القصة. وازدهرت صناعة التحيز الليبرالي أثناء سنوات حكم الرئيس (ريغان) كرد فعل نحو التعليق الصحفي حول نقاط ضعف الرئيس، وفيما يتعلق بمؤيدي وسائل إعلام الرئيس (جورج. دبليو. بوش) اليوم فإن مؤيدي الرئيس ريغان لم يريدوا تناول الاهتمامات حول كفاءة رئيسهم، وعليه فلقد أكدوا أن أي تقرير صحفي مهم كان نتيجة للتحيز الليبرالي.

وبالطبع، فإن الحقيقة هي أنه ليس هناك تحيز ليبرالي في الإعلام، ولقد أثار علماء على نطاق عالمي، مثل (إدوارد . اس . هيرمان) و(نعوم شومسكي) - مناقشات مهمة حول التحيز الهيكلي في الإعلام نحو الوضع السياسي الراهن، وأكد المحللون تحري العدالة والدقة في نقل أو تبليغ الأخبار، كما أكد العلماء في عشرات كليات

الصحافة على هذا النقد في دراسة تلو أخرى. إلا أنه في الوقت الذي يمكن فيه لكلٍّ من (بيرني غولدبرج) أو (آن كولتر) الزحف نحو أي دراسة تلفزيونية في أمريكا للصراخ بألم، فيما يتعلق بالتحيز الليبرالي الذي لا يوجد، كما أن (هيرمان) و(شومسكي) وآخرين سوف يقدمون نقداً أكثر عقلانية، وينظر إليهم من قبل الإعلام بقدر كبير، وبنفس الطريقة التي كانت تنظر بها وكالتا (تاس) و(البرافدا) إلى المنشقين السوفيت.

إن وسائل الإعلام المتحدة هي أكثر رغبة للترحيب بالفكرة القائلة بأن مشكلتهم الرئيسة هي أنهم كثيرو الانتقاد للأعمال الكبرى والعسكريين ورجال السلطة، ومتعاطفون جداً مع المطرودين، وهذا يعيد تأكيد صورتهم الذاتية كنوع ما من السلطة الرابعة. كما أنهم غير راغبين في التطرق للفكرة القائلة بأنهم يجلسون على قمة نظام أنشئ بطريقة فاسدة، والذي يعمل لدعم مصالح وسائل الإعلام الأمريكية وتقييد الديمقراطية. وليس من المستغرب أن تكون نظريات التآمر ذات شعبية كبيرة في أمريكا، وليس من المستغرب عندما يقوم صناع أفلام (جيمس بوند) بالبحث عن "الأجلاف" القابلين للتصديق هذه الأيام، ويتحاشون فيلم (الأولاد السيئين) أو فيلم (غداً لن يموت) الذي عرضه (روبرت مردوخ) عام ١٩٩٧م.

لا تفهمونا خطأ، فإننا لا ندعي أن هناك تآمراً، وذلك يعطي أصحاب شركات الإعلام المتحدة وأعوانهم في محطات القوة السياسية والمحطات القانونية قدراً كبيراً جداً من التقدير، وحتى إن شركات الإعلام المتحدة واتحادات العمال لا ينتابها أي قلق إزاء تدمير الإرادة الشعبية لأولئك الذين قاموا بتجريدهم من الصفة السياسية بصورة فعالة. مع التشرب اليومي بأخبار تافهة، عن جرائم المشاهير، ومطاردة أعضاء الكونجرس للمعتقلين والسجناء، ويعبرون بقدر أقل من الاهتمام بمنتقديهم على اليسار أو اليمين، وينتابهم قلق إزاء أكبر كمية ممكنة من المال. وبالتالي، فإن شركات الإعلام الكبرى تطلب من ترساناتها التي تسعى لمحاولة اكتساب التأييد عدم

تضليل الجمهور، كما تطلب منهم ببساطة إزالة عدد قليل من الحواجز المتبقية التي تحول دون توسعهم.

والشجار الرئيس بين الشركات ومجموعات نقابات العمال في واشنطن دي. سي هو كذلك شجار آخر، ولكنه ليس على الإطلاق شجاراً بشأن القيم، إنما هو شجار حول المال. وأفضل طريقة لفهم الكيفية التي تتم بها الحوارات الكبيرة حول سياسة ولوائح الإعلام اليوم هي أن نتذكر نص الفيلم العظيم (الأب الروحي الجزء الثاني)، وهو أحد المناظر الكلاسيكية في الفيلم الحائز على جائزة أوسكار عام ١٩٧٤م، حيث يصور جميع قطّاع الطرق الأمريكيين جالسين على سقف أحد الفنادق في (هافانا)، وينقشون قطعة من الكيك على شكل كوبا (والفترة الزمنية هي في الخمسينيات عندما حكم الغوغاء كوبا)، وحصل كل فرد من قطاع الطرق على شريحة رمزية لدولة كوبا، وجميعهم سوف يتناقشون بعضهم مع بعض؛ من أجل الحصول على شرائح أكبر حجماً، وقد اتفقوا جميعاً بأنهم وحدهم فقط كانوا مؤهلين للحصول على تلك الشرائح، إنها بلدهم.

وينشغل عمالقة وسائل الإعلام المتحدة في حسابات ووسائل مماثلة في عالم اليوم بنتائج مماثلة تماماً، كما كان بإمكان أعضاء العصابات في الخمسينيات المطالبة بكوبا كدولة لهم، وكذلك فإن أصحاب الشركات متعددة الجنسيات التي تتحكم في الاتصالات في الولايات المتحدة بإمكانهم المطالبة بأن وسائل الإعلام هي وسائل إعلامهم، وأنها تنتمي إليهم كما هو الحال في كوبا. وحيث إن الديكتاتوريين ينتمون إلى الغوغاء، فإن قرارات سياسة الإعلام تتخذ في أمريكا المعاصرة كاستجابة لمطالب التكتلات الإعلامية، ولدى الحكومة الفيدرالية (كيك) على شكل الولايات المتحدة، بل الأكثر من ذلك على شكل الكرة الأرضية، كما أن عمالقة الاتصالات المتحدة جميعهم يتشاجرون خلف أبواب مغلقة للحصول على أكبر شريحة من الكيك،

وجميعهم متفقون بأنه من الأفضل لهم جميعاً عدم قيام الجمهور بلعب أي دور في العملية مهما كان نوعه، وهناك قول مأثور قديم يقول إذا لم تكن مدرجاً في الجدول فإنك لا تعد جزءاً من الصفقة، وهذا ما حدث؛ إذ يتم إنشاء النظام لمصلحة الخطوط السفلى لشركات الإعلام متعددة الجنسيات في مقابل الخط الأعلى للديمقراطية.

إنه نظام فاسد أخلاقياً، ومدمر، مثل النظام الذي أنشأه أعضاء العصابات الإجرامية، والذي ينبغي لنا نحن كمواطنين أن نغيره. وتلك هي النقطة التي يثيرها هذا الكتاب.

وبعد سنوات عديدة من الكتابة والمناقشة والدفاع ضد وسائل إعلام غير الديمقراطية بصورة متزايدة - فإننا على قناعة تامة بأن الوقت قد حان لبناء حركة تسعى نحو استبدال وسائل إعلامهم بوسائل إعلام تخدم جمهوراً كبيراً من الأمريكيين، إنها وسائل إعلامنا.

ونحن نعلم أنه من الضروري أن يفتح المواطنون أبواب الحوارات على مصراعيها حول سياسة الإعلام؛ لكي تكون القرارات التي تتخذها وسائل الإعلام غير متخذة في السر، ولكن بموافقة الجمهور، فمن المفترض ألا يكون نظام وسائل إعلامنا مبنياً على تلك القرارات، فالهدف النهائي لجميع مناقشاتنا هو فتح الطريق أمام تأسيس نظام إعلام أكثر تنوعاً ومنافسة، مع مكون كبير من عدم الأرباح وانعدام النواحي التجارية.

إننا نفهم أن هذه ليست معركة سهلة؛ نظراً لأن وسائل الإعلام المشتركة قوية، ولديها نظام علاقات عامة من الفئة العالمية، وأنهم يكذبون بالقول "إنهم يعطون الناس ما يريدونه"، فالكفاح من أجل إعادة صياغة الإعلام يبدأ بنشر الاعتراف القائل بأن وسائل الإعلام الكبرى إنما تعطي الناس ما يريدونه، فقط ضمن النطاق الذي من خلاله يمكن لوسائل الإعلام الكبرى مضاعفة أرباحها إلى الحد الأقصى. وعليه، فإن

جميع الأشياء التي يريدها الناس بوضوح - مثل قدر أقل من الإعلانات، وصحافة ذات مستوى عالٍ من الجودة - غير متوافرة؛ نظراً لأنها غير مربحة.

وعندما يفكرون فيه، فإن الأمريكيين سيفهمون فهماً تاماً بأن السوق الحالية ليست مؤشراً يخلو من رغبات الجمهور العامة؛ نظراً لأنه يمكنه فقط التعامل مع أكثر الأرباح على المدى القصير لعمالقة وسائل الإعلام. وذلك الفهم يفتح الباب أمام احترام معروف للدور الذي يمكن لصناعة السياسة العامة أن تلعبه، ويجب أن تلعبه في تشكيل أنظمة الإعلام التي تخدم المواطنين.

كما أنه لم تكن هناك حاجة كبيرة لترقية وتطوير فهم الحاجة الملحة لتأكيد سيطرة الجمهور على نظام الإعلام. وقد ازدادت المشكلة حدة إلى درجة أن نظام الإعلام أصبح حاجزاً رئيساً أمام ممارسة الديمقراطية، ومناقشة أيٍّ من المشاكل الاجتماعية المتصاعدة التي تواجهنا. وليس هناك سبب للاعتقاد أن بإمكان وسائل الإعلام تصحيح نفسها بنفسها؛ نظراً لأن جميع الضغوط تعمل ضد الإصلاح في سبيل المصلحة العامة.

والبعض سيقول: ولكن ماذا عن الإنترنت؟ أليس من شأن ذلك أن يفتح باب نظام وسائل الإعلام على مصراعيه لنا بحيث لا يكون هناك سبب لأن ينتابنا أي قلق إزاء صنع السياسات الإعلامية؟ ألا يمكننا إنشاء موقع على (الويب Web) والتنافس على قدم وساق مع عمالقة الإعلام؟

إن هناك عنصراً من الحقيقة في هذا الادعاء، فمن المؤكد أن الإنترنت يغير كثيراً في حياتنا، وهناك مادة استثنائية على الخط الشبكي (أون لاين On Line)، غير أنه لم يُبرهَن حتى الآن على نجاح الإنترنت كمنصة لإطلاق المنافسة التجارية مع عمالقة الإعلام. وللمرة الثانية، فإن السوق يزخر بالإمكانات الديمقراطية للتكنولوجيا، وهذا يميل نحو تهميش مواقع الويب المنشقة.

ونادراً ما يكون للإنترنت بعض القوة الاستقلالية في المجتمع، وستُحَدّد القرارات التشريعية والتنظيمية والقضائية فيما يتعلق بحق النشر، والتأليف، وقضايا الوصول إلى الإنترنت - ستحدد على وجه الدقة إلى أي مدى سيصبح الوسيط تقدمياً. وبمعنى آخر إذا أردنا من الإنترنت أن يقدم خدمات، فإننا سنحتاج إلى صياغة سياسات تتناول القضايا العريضة لإصلاح الإعلام من أجل تعزيز ذلك التوقع.

وحتى مع وجود الإنترنت مثلاً، فإن الضرر الذي ألحقه النظام الحالي للإعلام بالديمقراطية في السنوات الأخيرة كان ضرراً بليغاً. إننا لا نستخدم عبارة "ضرر" عرضاً؛ إننا نعتقد أن وسائل الإعلام لم تعد مجرد شيء غير موثوق به، بل إن وسائل إعلامهم تعزز أزماتنا.

ولإعطاء بعض الفهم لنطاق المشكلة، فخذ في الاعتبار أكثر ثلاث قصص أهمية في الذاكرة الحديثة - الانتخابات المختلة وظيفياً عام ٢٠٠٠م، وهجمات ١١ سبتمبر، والحرب على الإرهاب، إضافة إلى أن الشركات الأمريكية قد انهمكت في عمليات تزوير كبيرة ضد موظفيها والمتقاعدين والمساهمين ودافعي الضرائب - فكيف استطاعت وسائل الإعلام التعامل مع هذه الاختبارات؟

وحيث إن هناك قدراً كبيراً من التركيز هنا على الديمقراطية، فدعنا نبدأ بالانتخابات الرئاسية لعام ٢٠٠٠م، فلقد فاز (آل غور : Al Gore) بالتصويت القومي بعدد ٦٠٠ ألف صوت، ومن الواضح الآن أن مجموع سكان ولاية فلوريدا الذين ذهبوا لصناديق الاقتراع للإدلاء بأصواتهم في ٧ نوفمبر عام ٢٠٠٠م كان قصدهم التصويت لصالح (آل غور)، إلا أن (جورج دبليو بوش) أصبح هو الرئيس. والشيء المهم فهمه هو أن الرئيس بوش رئيس جزئي على الأقل؛ نظراً لأن وسائل الإعلام الأمريكية اندفعت نحو تكريس الرئيس بوش - طيلة الشهرين قبل الانتخابات - بدلاً

من الحفر له، حتى تبين بعد ذلك في الواقع من هو الذي فاز بالانتخابات. فإذا كانت وسائل الإعلام لا تستطيع وقف انتخابات مسروقة فمن الذي يستطيع وقفها؟

وعندما وقعت أحداث الهجمات الإرهابية في ١١سبتمبر، فإن الرئيس المختار - وليس المنتخب - بدأ في شن هجوم على الحريات المدنية المحلية، والإسراع في إعلان الحرب ضد الإرهاب، والتي يبدو بأنها لعبة لا نهاية لها. وكان ينبغي للإعلام مقابلة قبضات الرئيس القوية بشك شرس؛ نظراً لنظافة السجل الحافل للتنفيذيين الرئيسيين. وفي كل حرب كبرى تقريباً فإن الولايات المتحدة الأمريكية قد حاربت خلال القرن الماضي، والإدارة التي في السلطة كذبت من أجل الحصول على الدعم الحكومي؛ نظراً لأنها خافت من أن الشعب لن يوافق على الحرب إذا علم الحقيقة.

غير أن وسائل الإعلام الأمريكية كانت تشكو من "الحرب الأمريكية الجديدة"، مقدمة كل استجواب قاسٍ للمسؤولين الرسميين، وهو الاستجواب الذي سيوجه إلى قائد أي أمة حاولت قيادة الكوكب إلى حرب مستمرة، وغير واضحة، ومهددة، ولا حدود لها فيما يبدو. وحيث إنه قد أعلن الرئيس بوش عن هذه الحرب كحرب لا نهاية لها ضد مرتكبي الشر في أي مكان - فهي الحرب التي سوف تضعنا في حرب اقتصادية كاملة لأجيال. وهذا الانعدام للنقد أو التقييم البدائي هو عبارة عن إلغاء صاعق لمسؤولية الصحافة الحرة.

وعندما تضيف الاعتداءات على الحريات المدنية الداخلية (المضمنة في القانون الوطني بالولايات المتحدة الأمريكية الذي أصدره النائب العام جون آشكروفت)، والولع بالسرية حول الجزء الخاص بالرئيس التنفيذي (الذي سيجعل الرئيس مثل ريتشارد نيكسون يتذلل أو يتملق) - فإنه ينبغي لوسائل الإعلام رفع أعلام حمراء اللون بصفة يومية. وبدلا من ذلك، فهي تقاد نحو النص المكتوب الذي يقدمه (كارل روف) المدير السياسي بالبيت الأبيض، وليس من المستغرب أن يقارن المحللون

الدوليون الجادون التغطية الإعلامية الأمريكية للحرب بتلك التغطية الإعلامية التي قد تكون متوقعة في مجتمع استبدادي، حيث لا يكون هناك وجود لحماية الصحافة الحرة.

ولم تفعل وسائل الإعلام الأمريكية أي شيء جيد حول القصص التي لا ترتبط بأحداث ١١ سبتمبر، والتي كان أكبرها السلسلة المستمرة للإيحاءات حول فساد الشركات، ذلك الفساد الذي بدأ بانفجار قضية (إنرون). وهي واحدة من أشهر الفضائح السياسية في هذا الوقت، وتعد كارثة (إنرون) بمثابة نتيجة مباشرة وقابلة للتنبؤ، لما يحدث عندما تقوم الشركات الضخمة بدفع كل ما عليها من ديون للسياسيين؛ للحصول على أحكام تسمح لها باستغلال عمال الصوف والمستهلكين ودافعي الضرائب. وأكثر ميزة لافتة للنظر في شأن قضية شركة (إنرون) هو مقدار نشاط الشركة الرخيص الذي يعد نشاطاً قانونياً، ومقدار مؤسسات الأمة التي كانت في السر مع المحتالين في شركة (إنرون) – بصرف النظر عن الحزب أو حتى الإيديولوجية.

فلقد ظهرت إيحاءات حول شركة (غلوبال كروسنغ) وشركة (وورلد كوم) والشركات الأخرى – تُظهر أن أسلوب نشاط شركة (إنرون) هو نشاط عنيف في جميع الصناعات التي تعتمد على التنظيم الحكومي، ومن الأمانة القول بأنه في بعض الصناعات يعد الفساد طريقة تشغيل موحدة. إلا أن وسائل الإعلام المملوكة والمشغلة من قبل شركات تعتمد على نفس النوع من الترتيبات القانونية المدرجة، كما فعلت شركة (إنرون) يوماً بتحويل هذه الإيحاءات الدراماتيكية إلى قصة عمل تجاري؛ واختفت بذلك الملابسات السياسية، ومن المتوقع أن تستمر المشاكل التي قادت شركات مثل شركة (إنرون) إلى إفساد السياسات الحكومية، فلقد فشلت وسائل الإعلام في تحقيق وظيفة أساسية لصحافة "كلب الحراسة"؛ والتي تعني الإصلاح الذي يبدو أنه إصلاح ضروري، ولكن ربما ينحرف تحت غطاء انطفاء كامل للأخبار الحقيقية.

إن تقرير (البطاقة) حول الإعلام هو تقرير كئيب، ومثله مثل أي تقرير، يجب أن يكون دعوة لاتخاذ قرار معين.

وينبغي أن تحدد لنا إخفاقات وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة الأزمات التي تنشأ وتمضي دون معالجة، عندما تكون وسائل الإعلام مهتمة بكونها وسائل إعلام شعبية أكثر من اهتمامها بكونها وسائل إعلام دقيقة أو مفيدة، كما يجب علينا كمواطنين أن نصبح نشطاء إصلاح لوسائل الإعلام إذا كنا حريصين وجادين على الدفاع عن الديمقراطية.

وهذه ليست أخباراً لبعض الأمريكيين، فعندما نسافر في أنحاء الولايات المتحدة الأمريكية فإننا نصاب بالذهول من الدرجة التي وصل إليها الأمريكيون العاديون، حيث أدركوا أنه لم يعد كافيا أن نشتكي من وسائل الإعلام.

لقد بدأ الآلاف من زملائنا المواطنين تنظيم أنفسهم لتغيير النظام الإعلامي. علماً بأن نمو حركة إصلاح وسائل الإعلام هذه هي أحد التطورات المذهلة للعقد الماضي، على الرغم من أنه يفهم بأنها قد مرت من تحت جهاز رادار وسائل إعلام الشركات. وفي الثمانينيات فإن نقاد الإعلام لم يتطرقوا لفكرة إصلاح الإعلام كقضية جادة، إذ كان هدفهم هو مساعدة الناس على إصلاح النظام؛ لكي يتمكنوا من المشاركة في الدفاع عن النفس. وحتى وسائل الإعلام البديلة لم تخصص للقضية وقتاً من يوم البث، فالأشياء تتغير مع الأخذ في الاعتبار العوامل التالية:

• العدالة والدقة في نقل أو تبليغ الأخبار، فمجموعة الحراسة الإعلامية التي تكونت في أواخر الثمانينيات، قد ازدهرت لتصبح مصدراً رئيساً ذا مستوى رفيع من الجودة لبحوث وتحليل وسائل الإعلام.

• وسائل الإعلام التقدمية، مثل: (الأمة)، و(التقدم)، و(في هذه الأوقات)، ومجلة (زد) – قدمت أخباراً بانتظام حول احتكار وسائل الإعلام.

● عملت عديد من التجمعات القومية - من تجمعات الإعلام والديمقراطية إلى المؤتمر الحديث للإصلاح والإعلام - على جمع ناشطي الإعلام معاً ؛ لمناقشة الخطط الإستراتيجية والتكتيكات.

● في مدن مثل (بالتيمور) نظمت مجموعات من المجتمع أنفسها ؛ للحصول على لوحات إعلانات الكحول من الطبقة العاملة، والأقليات التي تقطن المناطق السكنية المجاورة.

● تطورت مجموعات (حراسة وسائل الإعلام) المحلية في عديد من المدن بما فيها مدن شيكاغو، ودينفر، ونيويورك، وسياتل.

● منذ عام ١٩٩٩م انتشرت مراكز الإعلام المستقلة (IMCs) في جميع أنحاء الولايات المتحدة الأمريكية والعالم، ويقدم نشطاء مراكز الإعلام المستقلة عبر الإنترنت صحافة بديلة، وتغطية تغطي القصص التي تجاهلتها صحافة الاتجاه السائد. لقد أصبح نقد وسائل الإعلام المتحدة موضوعاً متكرراً مراكز الإعلام المستقلة، والمجتمعات التي تطورت حول تلك المراكز، وهي قاعدة لناشطي وسائل الإعلام.

● مجموعة التنبيه التجاري تنمو باستمرار، وهي تقود الكفاح ضد تغلغل ظاهرة الاستغلال التجاري في كل زاوية من زوايا حياتنا، خصوصاً في المؤسسات العامة غير التجارية من الناحية التقليدية، مثل المدارس والمتاحف.

● تَطَلُّع جماعة العمل لتلفاز أفضل ينمو باستمرار، وهي تقود الكفاح لجعل المذيعين التجاريين يقدمون خدمة جليلة ؛ من أجل إيجاد مبررات لتراخيص الاحتكارات.

● برزت بعض المنظمات، مثل مركز الديمقراطية الرقمية ؛ لحماية الإنترنت من هيمنة الشركات والهيمنة التجارية.

● قادت حملة تنظيمية هائلة في عامي ١٩٩٩م، وعام ٢٠٠٠م اللجنة الفيدرالية للاتصالات (FCC)، للبدء في فتح الطريق للترخيص لحوالي ١٠٠٠ محطة راديو غير تجارية في قنوات مفتوحة على نطاق إذاعة (إف ام FM).

● في الأعوام (١٩٩٨م)، و(٢٠٠٠م)، و(٢٠٠٢م) كانت هناك مظاهرات في مقر الاتحاد القومي للمذيعين (NAB) والميثاق القومي وأمام اللجنة الفيدرالية للاتصالات (FCC) في واشنطن، وكان هدف الاتحاد القومي للمذيعين (NAB) هو الاحتجاج على معارضة الاتحاد لمحطات البث الإذاعي الصغيرة التي لا تخدم الأغراض التجارية، وكان هدف اللجنة الفيدرالية للاتصالات (FCC) هو الاحتجاج على جهود اللجنة في استبعاد العدد القليل من اللوائح المتبقية، والتي تقلل من حجم شركات الإعلام.

● في عام ٢٠٠٢م قام النائب (بيرني ساندرز) (I-TV) بإصدار تشريع لتجميد تكاليف البريد من الفئة الثانية للمنشورات الصغيرة وغير الربحية التي تنقل كمية قليلة من الإعلانات، ونظمت جمعية الصحافة المستقلة والنقابة المهنية للمنشورات الصغيرة المستقلة حملة كبرى لكسب التأييد نيابة عنه، ويسعى ساندرز أيضاً إلى اقتراح تشريع إضافي، وهو ليس العضو الوحيد بالكونجرس الذي يتحرك في هذه الجبهة.

وتكاد تكون مراكز الإعلام بادية للعيان في أي مكان يتجه المرء إليه، وبالنسبة لصاحب النظرة غير الدقيقة فإنه قد يفكر بأننا كنا في المراحل المبكرة من حركة اجتماعية خطيرة، بل ربما ثورة.

ولكن كلما كانت نظرة المرء ثاقبة تمكن من رؤية الصعوبات التي تواجه الإعلام، إذ تُدفَع مبالغ مالية للأشخاص الذين يحاولون التأثير في البرلمان بطريق خفي؛ وذلك لإبعاد المواطنين عن العملية، ولكي يكسبوا ذلك المال. انظر إلى الصراع حول محطات الراديو المصغرة بعد أن أعلنت اللجنة الفيدرالية للاتصالات عن صياغة سياسة تقدمية عام ٢٠٠٠م، فقد دشن الاتحاد القومي للمذيعين حملة عدوانية مضادة لإفشال تلك السياسة، كما أن هناك عدداً من الشركات الضخمة التي تسيطر على محطات البث الإذاعي بالولايات المتحدة الأمريكية، لا تريد الدخول في أي منافسة مع الأشخاص المستمعين إليها. (ما أكبر تلك الكذبة القائلة بأن النظام الإعلامي يعول على المنافسة!!)

وكان خوف الاتحاد القومي للمذيعين (NAB) المدفوع بالربح - خوفاً شرعياً ؛ إذا كان الخط الأسفل هو بيت القصيد ، فإذا استطاعت المجتمعات تنظيم محطاتها المحلية غير التجارية ، لكان من المفترض على عمالقة الإعلام التنافس ، وتقديم مزيد من المحتويات وقدر أقل من الإعلانات التجارية ؛ من أجل منع المستمعين من الهجرة إلى محطات إذاعية أخرى. وعليه ، فإن الاتحاد القومي للإذاعيين فعل الشيء الذي فعله بصورة طبيعية.

ولقد كذب على خطة اللجنة الفيدرالية للاتصالات المقدمة لأعضاء الكونجرس ، التي تفيد بأن المحطات الإذاعية الصغيرة الجديدة سوف تتعارض مع المحطات الحالية. وفي الحقيقة ، فإن الخطة الهندسية الحذرة التي وضعتها اللجنة الفيدرالية للاتصالات لمحطات الإذاعة الصغيرة ، قد أخذت من الخطة التي وضعها بنجاح مذيعو الإعلانات التجارية أنفسهم في أوائل التسعينيات لإنشاء مزيد من محطات البث الإذاعي المباشر. وحتى لا تُهدد أرباحهم ، فإن مذيعي الإعلانات التجارية يسعون عن طواعية للتقليل من بحوثهم ، فكانت الأكاذيب التي تروى عن محطات البث الإذاعي الصغيرة صارخة ، لدرجة أن الاتحاد القومي للإذاعيين (NAB) لم يتمكن من إقناع مجلس الشيوخ الذي يخضع لسيطرة الجمهوريين بالتخلص من خطة اللجنة الفيدرالية للاتصالات (FCC).

وفي النهاية ، أسند الاتحاد القومي للإذاعيين إلى أحد جواسيسه الأعضاء في الكونجرس مهمة إضافة فقرة في مشروع قانون الميزانية في منتصف ليلة من ليالي شهر ديسمبر عام ٢٠٠٠م ؛ للإجهاز على خطة محطات البث الإذاعي الصغيرة التي وضعتها اللجنة الفيدرالية للاتصالات ، وفي البداية استخدم الرئيس كلينتون حق النقض (الفيتو) ضد مشروع القانون ، واستهجن الفقرة الإضافية بصراحة ، والتي تهدف إلى القضاء على مبادرة محطات البث الإذاعي الصغيرة. وتمت مراجعة مشروع

قانون الميزانية، وأرسل مرة ثانية إلى الرئيس كلينتون مع إرفاق الفقرة الإضافية المضادة لمحطات البث الإذاعي الصغيرة، ولم يكن الرئيس كلينتون في وعيه ليعترض على الفقرة الإضافية؛ ونتيجة لذلك فقد قُضي على محطات البث الإذاعي الصغيرة، وهي البديل العملي للمحطات الإذاعية التي تدار بالأقراص.

ألا يجب علينا قراءة هزيمة مشروع محطات البث الإذاعي الصغيرة كدليل على أنه ليس هناك أمل في حركة إصلاح وسائل الإعلام؟

وذلك ما يريده الاتحاد القومي للإذاعيين، ولكنه استجابة غير عقلانية.

وفي الحقيقة، فإن الحرب ضد محطات البث الإذاعي الصغيرة توضح الإمكانات الهائلة لحركة إصلاح منظمة تنظيماً جيداً. لقد استطاع الإذاعيون ومناصروهم في المعركة ضد مشروع محطات البث الإذاعي الصغيرة السيطرة على زمام الأمور - فقط بسبب قدرتهم على غمر أعضاء الكونغرس بأكاذيب تفيد بأن مؤيدي مشروع محطات البث الإذاعي الصغيرة يفتقرون إلى الموارد التي تؤهلهم للمقاومة. وربما لا يكون لحركة إصلاح الإعلام الموارد المالية المتوافرة للاتحاد القومي للإذاعيين، إلا أن هناك ملايين من الأمريكيين الذين يعرفون بأن وسائل الإعلام بحاجة إلى إصلاح، وأن أعداد هؤلاء الأمريكيين آخذة في الازدياد، ومثل ما قاله (سول ألينسكي) فإننا نعتقد بأنه عندما تحارب أموالاً منظمة فإنك تحتاج لأناس منظمين.

وذلك هو ما يطالب به هذا الكتاب، ويمكننا القول إنه ينبغي للأمريكيين البدء في أخذ قضايا الإعلام بقدر كبير من الجدية إذا كانوا يريدون نقل الحوار إلى جميع القضايا التي يهتمون بها.

كما يمكننا القول إن المجموعات التي نظمتها فئات مختلفة، مثل أعضاء النقابات العمالية، والقائلين بالمساواة بين الجنسين سياسياً واقتصادياً، والجماعات الدينية والمدرسين والطلاب، والمؤيدين لمبادئ الحرية المدنية والمزارعين، والمطالبين

بالمحافظة على البيئة - فإنهم جميعاً مطالبون بوضع إصلاح الإعلام على قائمة جداول أعمالهم.

ويمكننا القول أيضاً إنه يجب علينا الذهاب إلى أبعد مما يجب، إلى شريحة واسعة من السكان غير المنظمين؛ لتعليمهم، وتحريك موضوع إصلاح الإعلام. فمن تجاربنا وبتقديم مئات الأحاديث كل سنة، فإنه يمكننا إخباركم بأن التربة خصبة، ولكن بوصفنا قادمين من الغرب الأوسط (في الولايات المتحدة الأمريكية) فإننا نعلم أن بذور التربة الخصبة لا تزال موجودة، ، ويجب أن تزرع، والحقول يجب أن تحرث.

وبوصفنا تقدميين، فإننا نعتقد أن الرغبة الحقيقية للمواطنين المثقفين للعمل معاً لخلق عالم أكثر مساواة وإنسانية موجودة، ونعتقد نحن - الأمريكيين - أننا إذا مُنحنا المعلومات والخيارات الحقيقية فإننا سنفضل أن نعيش في أمة ديمقراطية حقاً، حيث تستجيب المؤسسات السياسية لاحتياجات الشعب، والاقتصاد لا يكون مغطى بالاحتكارات التي تستبد بها فكرة الربح.

إن معظم الأمريكيين قد حرمهم النظام الحالي للإعلام من المعلومات والخيارات الحقيقية، ونريد أن نغير نظام الإعلام، ومن هذا الفهم فإن دعوتنا هي دعوة راديكالية (جذرية) للتغيير.

إن المناقشات التي نقدمها تنبثق من القيم السياسية السائدة، ولذلك يمكننا القول أنه إذا أخذ المرء القيم الأساسية للديمقراطية الدستورية بجدية، فمن الضروري أن يكون هناك حوار عام حول سياسة الإعلام؛ وهذه هي الديمقراطية رقم (١٠١). فنحن أكثر رغبة من أي وقت مضى في أن نعيش - معاً - نتيجة الحوار العام العارف. ومتى ما كان ذلك الحوار موجوداً كان حوار السياسة مطلعاً وديمقراطياً، وكانت السياسات الناشئة عن ذلك الحوار سياسات جيدة.

ونحن نُشجَّع فعلياً عندما نرى نهايات وسائل الإعلام المتحدة تذهب إلى مشاركة الجمهور في صنع سياسة قطاع الاتصالات. لقد أصبح من الواضح أنهم يخافون مما سيحدث إذا فهم الشعب الأمريكي إلى أي مدى كانت العملية فاسدة. إنهم يدركون أن المواطنين المطلعين لن يُقَيَّدوا على الإطلاق بالوضع الراهن بوسائل الإعلام، وعند هذه النقطة فإننا على وفاق تام معهم.

ولكن الاختلاف الوحيد هو أنه في الوقت الذي يخافون فيه من الديمقراطية فإننا نريد الديمقراطية؛ وذلك هو سبب تأكيدنا أن الحركة الواسعة التي نقترحها سوف تحظى بالتأييد إلى أبعد من الحدود الخارجية للأمريكيين التقدميين النشطين سياسياً.

ونظراً لأن المعركة التي نقترحها هي في المقام الأول كفاح من أجل العمليات الديمقراطية؛ فإن القاعدة المحتملة من التأييد تشمل أي شخص من السكان يفضل الديمقراطية على حكومة الأثرياء.

وباختصار، فإن الفروق التقليدية بين اليسار واليمين ليست فئات حاسمة، والانشقاق الأكثر دقة هو بين الأعلى والأسفل. فأولئك الذين يستفيدون فائدة كبيرة من الوضع الراهن الفاسد، وأولئك الذين لا يستفيدون منه، وحتى المحافظون السياسيون، وخصوصاً أولئك الذين هم خارج الحلبة بدون أوراق مالية بملايين الدولارات - يكرهون الطريقة التي يتم بها نقع أدمغة أطفالهم في المجال التجاري. وهم يحتقرون رفاهية الشركات التي تمنح عشرات المليارات من الدولارات، والتي هي قيمة الممتلكات العامة، إلى الشركات كل سنة، وهم لم يعودوا يشاركون في الحملات السياسية؛ استناداً إلى الإعلانات التجارية الحمقاء التي يبثها التلفاز لمدة ثلاثين ثانية.

وسوف تتحدث إجراءاتُ الإصلاح الرئيسة للحركة المزهرة لإصلاح وسائل الإعلام إلى هؤلاء الأمريكيين؛ لأنهم جميعاً يحملون قناعة حيادية وجوهرية، ونظرة

محايدة، وأنهم لا يدعون إلى فرض الرقابة، ولا يقترحون استخدام أسلوب (توم ريدج: Tom Ridge) لتعليم الجماهير فتح باب النظام الإعلامي على مصراعيه، مع مزيد من المنافسة، ومزيد من الأصوات غير التجارية وغير الربحية. إنهم يدعون إلى تأسيس نظام إعلامي جماعي مع مجموعة من المؤسسات؛ لتقديم الثقافة والترفيه والصحافة، ويسعون لتخفيف قوة التكتلات المتخطية الحدود القومية، والتي تضع الربح فوق أي شيء آخر، وتجيب فقط عن أسئلة الـ(وول ستريت): (المصالح المالية الأمريكية أو نفوذ العالمية)، في الوقت الذي تمحو فيه السلطة أصوات المجتمع التي تجيب عن أسئلة الشارع الرئيس.

هذا كتاب له جدول أعمال، نريد أن نبذر لهيب حركة إصلاح الإعلام، التي نعتقد أنها تأخذ شكلها بالولايات المتحدة الأمريكية. ففي الفصل الأول تحدثنا عن المشكلة بقدر كبير من التفصيل، وفي الفصل الثاني ننظر إلى الخارج لنشرح كيف يصبح الأسلوب الأمريكي ووسائل الإعلام المتحدة الفاسدة - إحدى النتائج الرئيسة للعولمة، وأن إصلاح الإعلام يصبح قضية دولية. وفي بعض الجوانب تكون الولايات المتحدة الأمريكية متقاعسة في الحركة العالمية لإصلاح الإعلام، فلدينا الكثير لنتعلمه من دراسة الأمم الأخرى والعمل معها. وفي الفصل الأخير نعود للولايات المتحدة الأمريكية لنناقش الحركة المزدهرة لإصلاح الإعلام، والخطوات التي ينبغي اتخاذها لتوسيع نطاق وصلاحية حركة إصلاح وسائل الإعلام.

وفي جميع أجزاء وفصول الكتاب نعود باستمرار للفرضية القائلة بأن الديمقراطية تحتاج إلى صحافة حرة حقيقية. وتقودنا عبارات (جيمس ماديسون: James Madison) الذي ناقش ذات مرة قائلاً: "جميع الانتصارات التي تحققت عن طريق العقل والإنسانية على الخطأ والاضطهاد، تحققت عن طريق حرية الصحافة".

ونعتقد أن عهداً جديداً من الانتصارات - التي تحققت بالعقل على الخطأ والاضطهاد - في تقدم ، كما نعتقد أن ذلك العهد قد أصبح حقيقة واقعة ، والشيء المطلوب لإطلاق هذا العهد الجديد هو الإصلاحات التي ستمنحنا وسائل إعلامنا ، وليست وسائل إعلامهم.

الفصل الأول

مشكلة وسائل الإعلام الأمريكية
The Problem with U.S. Media

"لم ينظر المؤسسون إلى نهوض وسائل الإعلام الضخمة بعين الاعتبار كما نظروا إلى الشركات الخاصة الضخمة التي لن تمتلك فقط وسائل الصحافة، ولكنها ستمتلك أيضاً مساحات شاسعة من الحدود التي يجب أن تغطيها الصحافة".

(بيل مويرز : Bill Moyers)

"لقد اكتشف العلماء الذين يقومون بتجارب علمية أنه يمكنك تحويل قطة عادية إلى قطة تتناول الكحول، فالقطة العادية لا تتوقع منها ذلك، ولكن مع الاستمرار في إضافة مشروب (الفودكا) إلى الطبق فإن القط سيطالب فوراً بحليب مضاف إليه مشروب (الفودكا) كضرورة مطلقة. إن القطط السمان لوسائل الاتصال الجماهيري الأمريكية قد فقدت ذوق حليب الأم العادي الحر، وهو: المنافسة الحقيقية للحصول على ربح معقول. فالشكر موصول إلى الجرعات الإدمانية من سياسات الحكومة العاطفية، وعقد من الزمان لدفع القوة للأمام، وعدد قليل من شركات الإعلام

الكبرى التي تنظر الآن إلى الاحتكار، أو احتكار القلة - كمستويات عادية تنظر إليه كحق مكتسب.

"وبالنسبة للأداء فإن توقعات الديمقراطي العادي لوسائل الإعلام، وتنوع الملكية والأفكار - قد اختفى كهدف للسياسة الرسمية، وذلك من واقع التجربة اليومية لجيل من القراء والمشاهدين الأمريكيين".

(بن باقديكيان: Ben Bagdikian)

"ففي كل ليلة تلو أخرى يتم تخويف وترويع ودغدغة وإثارة المشاهدين، ولا يتم إعلامهم. مثل الحمية الغذائية غير المتوازنة التي يمكن أن تؤدي تدريجياً إلى الإصابة بمرض خطير، فالأخبار المحلية التي يبثها التلفاز تهدد صحة مجتمعنا".

(بول كلايت: Paul Klite) المدير التنفيذي السابق لمؤسسة (روقي ماونتين ووتش) الإعلامية

إنه من الضروري للأمريكيين الذين يهتمون بالديمقراطية أن يتحدوا، وينظموا حركة جماهيرية لإصلاح النظام الإعلامي.

وهناك ملاحظتان من الملاحظات الرئيسة التي تصل بنا إلى هذه النتيجة النهائية، الأولى هي أن النظام الإعلامي الحالي هو نتيجة مباشرة للسياسات الحكومية الصريحة، وأنه قد وُضعت هذه السياسات بطريقة فاسدة، مع الحد الأدنى من مشاركة الجمهور، وعند هذه النقطة فلا يوجد هناك حوار.

وملاحظتنا الثانية هي أن النظام الإعلامي الحالي بالولايات المتحدة الأمريكية يعمل بطريقة تعيق متطلبات المجتمع الديمقراطي والحكم الذاتي. فهو نظام يعمل لدعم مصالح عدد قليل من الأثرياء، بدلاً من دعم مصالح الأكثرية.

وهذه مناقشة مثيرة للجدل، وذلك أنه إذا كانت هناك مسألة حساسة على نحو استثنائي، فيجب الذهاب مباشرة إلى جذر المشكلة، وهي الكيفية التي تعمل بها السلطة في مجتمعنا.

إن هذا الفصل سيوضح القضية ضد النظام الإعلامي الأمريكي حيث إنه يتعرض حالياً لاتهام ساحق.

يلتهم الأمريكيون الإعلام بمعدلات مذهلة، ففي عام ٢٠٠٢م قضى الأمريكي العادي أمام التلفاز ما معدله ١٢ ساعة في اليوم، في نوع ما من أنواع وسائل الإعلام. كما أننا أيضاً وسط ثورة تكنولوجية لا مثيل لها – ترتكز على التقنيات الرقمية، وتجسد شبكة الإنترنت خصائصها الأساسية – يبدو أنها تنسج خيوط الإعلام والاتصالات الإلكترونية داخل كل لحظة يقظة من حياتنا.

وباللغة التقليدية، فإن هذه التطورات تُقدَّم كتطورات حميدة، فهي – حسب ما يُقال لنا – لتحرير جميع الأفراد والمستثمرين والمستهلكين من قيود الزمان والمكان، في الوقت الذي تُقدِّم فيه عدداً وافراً من الخيارات والإمكانات الجديدة المذهلة. وهذا كله عبارة عن منظور سطحي ومضلل فيما يتعلق بما يحدث، ففي الحقيقة أنه عندما يرفع شخص ما الغطاء ليرى ما الذي يقود الثورة الإعلامية فستظهر له صورة مختلفة جداً. إن محرك التغيير عند هذه النقطة عبارة عن قوة متحدة على درجة عالية من التركيز، وهي قوة تفتل الخيوط لتسيطر على وجودنا من أجل مضاعفة العائدات على المساهمين. وأما الغرض الثانوي، وهو لا يقل أهمية عن الغرض الأول، فهو حماية دور الشركات – القوية المتحدة بصفة عامة – من أن تخضع لمراقبة الجمهور، أو للحوار السياسي الذي تستحقه تلك القوة. وهذا المزيج عبارة عن حبة سامة من أجل الديمقراطية.

إلا أنه في ديمقراطيتنا الأمريكية – تُسجَّل قضية الإصلاح الإعلامي بشق الأنفس. إن هياكل وسائل إعلامنا، وتركيز ملكيتها، والدور الذي تلعبه في تشكيل

حياة أطفالنا، وبإضفائها الصبغة التجارية على ثقافتنا، والتزييف في تغطية انتخاباتنا – كانت جميعها خارج الحدود. وعندما نتفحص واقع الإعلام في عام ٢٠٠٢م، فإنه يصبح من الواضح أنه يجب أن تتغير هذه الظروف.

والمناقشة التي تدور حول جعل الإعلام قضية، يمكن إيجادها – أولا وقبل كل شيء – عن طريق مسح ميداني للمشهد الإعلامي المعاصر. ففي عام ٢٠٠٢م كان النظام الإعلامي الأمريكي خاضعاً لسيطرة حوالي عشرة تكتلات متخطية الحدود القومية، وهي: (ديزني: Disney)، و(أوول تايم وارنر: AOL Time Warner)، و(نيوز كوربوريشن: News Corporation)، و(فياكوم: Viacom)، و(فيفندي يونيفرسال: Vivendi Universal)، و(سوني: Sony)، و(ليبرتي: Liberty)، و(بيرتلسمان: Bertelsmann)، و(ايه تي آندتي كومكاست: AT&T-Comcast)، و(جنرال اليكتريك: General Electric)، و(ان بي سي: NBC).

وتتراوح عائدات هذه الشركات الإعلامية بين ٨ مليار دولار أمريكي و٣٥ مليار دولار أمريكي في السنة. وتميل هذه الشركات لأن تكون لديها شركات قابضة في عديد من القطاعات الإعلامية، فمثلاً تأتي شركة (أول تايم وارنر) ضمن أكبر اللاعبين في مجال الإنتاج السينمائي، والموسيقى المسجلة، وإنتاج العروض التلفزيونية، وقنوات التلفاز الكيبلي، وأنظمة التلفاز الكيبلي، ونشر الكتب، ونشر المجلات، وتقديم خدمات الإنترنت. وهي تمتلك المستوى الأول في جميع شبكات التلفزة التجارية، وجميع استوديوهات هوليود الرئيسة.

كما أن هناك أربعاً من خمس شركات تبيع ٩٠٪ من الموسيقى بالولايات المتحدة الأمريكية، وغالبية أنظمة التلفاز الكيبلي، هي جزء من قنوات التلفاز الكيبلي الناجحة.

والربح الكبير في الإعلام اليوم يأتي من أخذ عرض سينمائي أو تلفزيوني، ثم مزجه؛ لأجل الحصول على أقصى عائد ممكن، عن طريق كتب

القصص الملفقة، والأسطوانات المدمجة، وألعاب الفيديو، والسلع التجارية؛ ولهذا السبب فمن المستحيل التنافس كاستوديو سينمائي مستقل، أو شبكة تلفزة (مستقلة)، أو شركة موسيقى (مستقلة) - عندما يكون أحد المتنافسين جزءاً من إمبراطوريات شاسعة. لقد دعم هذا الأمرَ الاندفاعُ الهائل للتكتلات في الخمس عشرة السنة الماضية.

وثمة اثنتا عشرة إلى خمس عشرة شركة تحقق من ٢ إلى ٣ مليارات إلى ٨ مليارات دولار أمريكي في السنة من الأعمال التجارية، ولكنها تدور خارج النظام. وهذه الشركات - مثل (هيرست: Hearst)، و(نيويورك تايمز: New York Times)، و(واشنطن بوست: Washington Post)، و(كوكس: Cox)، و(أدفانس: Advance)، و(تريبون: Tribune)، و(غانيت: Gannett) - تميل لتكون تكتلات أقل تطوراً، وتركز على قطاعين أو ثلاثة من القطاعات الإعلامية فقط.

كما أن هذا العدد البالغ أربعًا وعشرين شركة أو أكثر - يسيطر على النسبة المئوية الساحقة للسينما، والعروض التلفزيونية، وأنظمة الكيبلات، والقنوات الكيبلية، ومحطات التلفزة، ومحطات الإذاعة، والكتب، والمجلات، والجرائد، ولوحات الإعلانات، والموسيقى، وشبكات التلفزة، التي تشكل الثقافة الإعلامية، وتحتل نصف متوسط حياة الأمريكي العادي. وهي درجة استثنائية من القوة الاقتصادية والاجتماعية المتمركزة في أيدٍ قليلة جداً.

كما أن السوق المتمركز بدرجة عالية - يسخر من الفقرة الخاصة بحرية الصحافة في التعديل الأول، الذي تم التنبؤ به حول قدرة المواطنين على خلق وسائل إعلامهم إذا رغبوا في ذلك. وقد يكون للشخص الحق في تدشين استديو سينمائي جديد، أو جريدة يومية رئيسة، ولكن يستثنى من ذلك في الظروف النادرة، فهو لحفنة من المليارديرات. إن ذلك الحق ليس إلا مجرد اسم فقط.

وكما يقول محلل صحفي عام ٢٠٠٢م: "إن تاريخ بقاء الصحف في الأسواق، والتي يوجد لديها على الأقل جريدة يومية - فذلك التاريخ هو تاريخ غير سعيد"، ثم يضيف: "وفي الحقيقة فإنه لا يوجد تاريخ، ولم يظل أحد على قيد الحياة".

ولم يكن الأمر بهذه الصورة دائماً، فالكثير من هذا التركيز حدث خلال العقود القليلة الماضية، عندما أصبحت التقنية والسوق والتكتل أكثر جاذبية وضرورة، واليوم من المستحيل لشركة صغيرة ومستقلة أن تصبح أي شيء، سوى لاعب هامشي في الصناعات المذكورة أعلاه. والأمر الأكثر أهمية هو أن الالتزام المنهار - من قبل الحكومة الفيدرالية لمقاضاة الائتمان المضاد الخطير، والانتقاص من المعايير الفيدرالية فيما يتعلق بالعدالة، وبالأخص قانون الاتصالات السلكية واللاسلكية لعام ١٩٩٦م - فإن هذا الالتزام المنهار قد أشعل لهيب تركيز وسائل الإعلام.

كما أن موافقة الكونغرس على قانون الاتصالات السلكية واللاسلكية بعد حوار طنان ومتحرر - كانت بمثابة نقطة تحول تاريخية في صنع السياسة الإعلامية بالولايات المتحدة الأمريكية، حيث إنها سمحت بتوحيد ملكية الإعلام والاتصالات، وهذا أمر لم يكن قابلاً للتفكير فيه سابقاً.

وفي عام ٢٠٠٢م فإن سلسلة من التطورات تؤكد أن تركيز الإعلام قد أصبح أكثر تطرفاً. ولعدة عقود، فإن عدداً قليلاً من لوائح الملكية الرئيسة للجنة الفيدرالية للاتصالات حدت من قدرة عمالقة الإعلام على التوسع. وهذه اللوائح شملت القواعد التي تمنع نفس الشركة من امتلاك محطات التلفزة وامتيازات الكيبل في نفس السوق، وتقييد عدد محطات التلفزة التي يمكن أن تمتلكها شركة وحيدة، وتقييد ملكية الصحف ومحطات التلفزة في نفس المجتمع. كما أن اللجنة الفيدرالية للاتصالات (FCC) بقيادة رئيسها (مايكل بويل) الذي عينه الرئيس (جورج. دبليو. بوش) تلتزم صراحة بتقليل - أو استبعاد - هذه القيود أو أي قيود أخرى على احتكار الإعلام، بما فيها

الحواجز الأخيرة المفروضة على شركة وحيدة تسيطر على الطباعة والإذاعة والاتصالات الكيبلية في سوق وحيد. وأيضاً هناك مكون قانوني في الخطة الإستراتيجية المتعددة الشعب والموضوعة من قبل عمالقة الإعلام. ففي عام ٢٠٠٢م كسبت التكتلات قضايا في نظام الحكومة الفيدرالية معتبرة اللوائح الرئيسة للملكية كلوائح غير دستورية، وإذا كان بمقدور اللجنة الفيدرالية للاتصالات (FCC) أو الكونغرس الدفاع عن تلك اللوائح، فإنه سيتم المحافظة عليها.

ونتيجة هذا التجريد من اللوائح - في حالة استمراره - فإنه سيكون بمثابة انفجار هائل لعقد صفقة كبرى، يبدو معها التكتل الإعلامي في العقد مثل لعبة (بنغو) في ليلة الأربعاء في منزل محلي من المنازل الشعبية القديمة. وللمرة الأولى، فإنه سيكون بمقدور عمالقة الإعلام الذين سيطروا على إمبراطوريات محطات التلفزة، مثل: (ديزني)، و(نيوز كورب)، و(فياكوم)، و(جنرال الكتريك)، سيكون بمقدور هذه الشركات الاندماج مع - أو اقتناء - إمبراطوريات إعلامية قائمة على امتيازات كيبلية، مثل شركة (أول تايم وارنر)، و(ايه آند تي كومكاست).

وكما قال (بلير ليفين) رئيس سابق للموظفين باللجنة الفيدرالية المشتركة (FCC): "إن القانون يسمح بالكيان الجديد القوي والذي لم يره من قبل، وهو الشيء الذي يجمع بين أصول الكيبلات وأصول البث الإذاعي"، وبضم القدرة على الاندماج مع سلاسل الجرائد العملاقة، فإنه سيكون لديك وصفة للذي يطلق عليه (جين كيمليان) - من اتحاد المستهلكين - يطلق عليه "تحطيم الأرض"، وهو نقلة في أنماط ملكية الإعلام، و"النتيجة النهائية يمكن أن تكون التوحيد الأكثر تجمهراً في الإعلام، والذي لم تشهد هذه الأمة مثله من قبل" كما يقول (كيملمان).

إن المسح الميداني السطحي للإحصاءات فيما يتعلق بملكية وسائل الإعلام، مع أنه يحدث فيه ارتباك عميق فيما تظهره وسائل الإعلام، فإنه يفشل في نقل البعد

الكامل لتركيز ملكية وسائل الإعلام. فالإعلام ليس فقط خاضعاً لسيطرة حفنة من التكتلات - مع (الحواجز الموضوعة أمام الدخول)، مما يجعله يكاد يكون من المستحيل للقادمين الجدد أن يتحدوا ضد سيطرة تلك التكتلات - ولكنهم أيضاً مرتبطون ارتباطاً وثيقاً بعضهم مع بعض، بطريقة تؤكد أن هناك ترتيباً يشبه الاتحاد بين الجماعات السياسية للعمل المشترك (كارثل). وبعض شركات الإعلام الكبرى تمتلك أجزاء من الشركات العملاقة الأخرى؛ فمثلاً شركة (ليبرتي) هي ثاني أكبر مساهم في شركة (نيوز كوربوريشن)، وهي ضمن أكبر المساهمين في شركة (أول تايم وارنر). بالإضافة إلى ذلك، فإن عمالقة الإعلام يوظفون شركات أسهم تضامنية حيث تشترك اثنتان من الشركات المتنافسة في ملكية شركة تضامنية واحدة، إلى حد لا يكاد يكون معروفاً في أي مكان آخر في الاقتصاد، وتعمل هذه الشركات التضامنية لتقليل حدة المنافسة، وتخفيض معدل الخطر، وزيادة الأرباح.

وبحلول عام ٢٠٠٢م فإن أكبر تسع من عمالقة الشركات الإعلامية دخلوا في شراكة تضامنية مع ست شركات - في المتوسط - من العمالقة الثماني الآخريات، وفي الغالب فإن شركة إعلامية عملاقة تدخل في شراكات تضامنية مع شركة أخرى. وإجمالاً، فإن هذا مجتمع من الملاك متماسك بشدة، وخاضع لسيطرة مجموعة من أكثر الأفراد ثراء في العالم. وفي الحقيقة فإن (١٣٪) من أكثر الأفراد ثراء في العالم، والذين تفوق ثروتهم مبلغ ٤ مليارات دولار أمريكي، هم من أقطاب صناعة الإعلام.

ويعد تركيز ملكية الإعلام ناحية سلبية بوضوح، بموجب أي قاعدة تؤيد حرية الكلام والتنوع في الثقافة الديمقراطية، ولكن التركيز في ملكية الإعلام ليس هو السبب الوحيد للمشاكل التي تحدث في مجال الإعلام، وفي بعض الحالات فإن تركيز ملكية الإعلام لا يعد عاملاً مهماً على الإطلاق. ولكن يعد مهماً بدرجة كبيرة؛ نظراً لأنه يضخم قيود نظام الإعلام التجاري، ويجعل تلك القيود أقل عرضة للإصلاح من قبل

السوق. إلا أن هذا يبدو فضفاضاً جداً ؛ لذا دعنا نقطع حتى العظم : إن المشكلتين الرئيستين اللتين يعزوهما تركيز الإعلام هما – التوجه التجاري المفرط ، وتشويه سمعة الخدمة العامة. وهاتان في الحقيقة وجهان لعملة واحدة. وحيث إن شركات الإعلام الضخمة تكون قادرة بصورة أفضل على تشييع المجتمع تجارياً ، إلا أن قدرتها أو رغبتها في توفير خدمات تحريرية وإبداعية آخذة في الانهيار. وهذا لا يعني أن الأفراد الذين يديرون هذه الشركات هم أناس سيئون. إن المشكلة هي أن نظام العمل التجاري في أمريكا مصمم لتحقيق الربح ، وليس للمصلحة العامة ، ومن ثمّ يكون لدينا نظام إعلامي قائم لإثراء المستثمرين ، وليس لخدمة الديمقراطية.

والمثال الوحيد – الذي يمكن أن نجده – على كيفية تنفيذ هذه العملية ، هو الصناعة الإذاعية بالولايات المتحدة الأمريكية. وهذا كان قطاعاً واحداً من القطاعات ، التي تم فيها إلغاء لوائح القيود المفروضة على الملكية ، بصورة صريحة ، بموجب قانون الاتصالات السلكية واللاسلكية لعام ١٩٩٦م. فالذي حدث هنا ينبغي أن يعطينا الإحساس إلى أين نتجه ، حيث يصبح إلغاء لوائح الملكية قاعدة في أي مكان ، ومنذ أن تم إلغاء لوائح الملكية عام ١٩٩٦م فقد بِيع أكثر من نصف المحطات بالولايات المتحدة الأمريكية ، وخضعت الصناعة الإعلامية لعدد قليل من شركات الإعلام الضخمة والعملاقة ، التي تمتلك مئات المحطات ، والبالغ عددها أكثر من ثماني شركات في كل سوق على حدة.

وقبل ست سنوات سمح القانون لشركة واحدة بامتلاك أكثر من ثماني وعشرين محطة على المستوى القومي ، واليوم تمتلك شركة (كلير شانل : Clear Channel) لوحدها حوالي ١٢٠٠ محطة.

وحيث إن الأرباح تصل إلى السقف ، فإن الأجرة الموحدة للميزانية المنخفضة – قد استبعدت تقريباً المحتوى المحلي ، والشخصية ، والإبداع ، التي كانت قبل ذلك من الملامح المميزة لهذه الوسيلة الإلكترونية غير المكلفة نسبياً. وتم تدمير عمليات جمع

الأخبار المحلية من قبل عديد من المجموعات الإعلامية، والتي توظف حالياً مذيعاً واحداً فقط لقراءة نشرة الأخبار لأكثر من ثماني محطات إذاعية. "لقد أدت موجة هائلة من التوحيد إلى تحويل محطات البث الموسيقي إلى أبقار حلوب تدر أموالاً نقدية، وهي تركز على ألعاب ضيقة تهدف إلى استنزاف أكبر العائدات من أكثر السكان ثراء"، كما أفادت بذلك المنشورة التجارية المسماة (فاريتي: Variety). "ويجب أن تقال الحقيقة، ففي هذا العهد من الاندماجات الضخمة لم تكن هناك حاجة كبيرة على الإطلاق لقدر ضئيل من التنوع".

ويشير مثال محطات الإذاعة إلى مجموعة أخرى حاسمة بعيداً عن ملاك الإعلام، والتي يعاملها التنفيذيون في شركات الإعلام بالحب والعاطفة، وهي مجموع شركات الإعلانات. فلقد أنفقت الشركات أكثر من ٢٣٠ بليون دولار أمريكي في الولايات المتحدة الأمريكية على الإعلانات عام ٢٠٠١م، وهو ما يعادل حوالي ٢,٤٪ من إجمالي الدخل القومي، وكثير من هذا المال ينتهي إلى أيادي بعض الشركات الإعلامية. ونجد أن الصحافيين والمواطنين يتخذون موقفاً عدائياً من النظرية القائلة: إن وسائل الإعلام التي اعتمدت على الإعلان للحصول على نصيب الأسد في دخلها المالي من الإذاعة، والتلفاز، والجرائد، والمجلات - هي في الحقيقة جزء من الصناعة الإعلامية.

وطوال فترة التسعينيات استخدم عمالقة الإعلام قوتهم السوقية للاتجاه للخلف؛ لتكون وسائل إعلامهم جذابة لرواد (ماديسون أفينو: Madison Avenue)، وليمطروا الزبائن بإعلاناتهم. وبحلول عام ١٩٩٩م كانت شبكات التلفزة الرئيسة الأربع تقدم إعلانات تجارية، بمعدل ست عشرة دقيقة تقريباً في الساعة خلال الوقت الرئيس، وهي زيادة هائلة عما كانت عليه من قبل في العقد الماضي، وبدأت المشكلة تزداد سوءاً في السنوات التالية فقط. واستطاع تكتل مثل (تايم وارنر) توقيع صفقة إعلانية بمبلغ ٢٠٠ مليون دولار أمريكي مع شركة (جنرال موتورز) التي تتخطى

معظم أقسام الشركة الترفيهية ؛ لكي يكون لشركة جنرال موتورز خيار النظرة الأولى على جميع الفرص التسويقية للسيارات داخل عمليات (وارنر) الإعلانية ، مع عدم الاقتناع بالطريقة التقليدية للإعلان ، حيث تعكف شركات الإعلام حالياً على الإعلانات الافتراضية ، إذ يمكن إدراج منتج الجهة التسويقية داخل البث الإذاعي المباشر أو المسجل على أشرطة كاسيت ، ومع إدراج الإعلانات أثناء فترة البرامج الفعلية ، فإنه لن يكون بمقدور المشاهدين تجنب الإعلانات التجارية ، كما أقحِمت الإعلانات في مسارات جديدة مثل ألعاب الفيديو.

إلا أن هذا لا يأسر الانتشار الكامل للإعلانات التجارية ، ففي التلفزيون مثلاً ، نجد أن مجال النمو الجديد للإيرادات هو بيع السلع التجارية ، والتي يتم عرضها على برامج التلفاز. ونادراً ما تسبب تموجات ، فـ(تومي هلفيجر) استأجر القناة الكيبلية (في اتش آي : VHI) المملوكة لشركة (فياكوم : VIACOM) ، بدلاً من استئجار وكالة إعلان لإنتاج سلسلة من الإعلانات التلفزيونية ؛ نظراً لأن وكالة (في اتش آي) فعالة جداً في البيع. وإجمالاً ، فإن الخبرة الكاملة لوسائل الإعلام الأمريكية تماثل المعلومات التجارية بصورة متزايدة.

والمكان الوحيد الذي يوجد به غسيل للدماغ الأمريكي بصورة أكثر وضوحاً هو الأطفال ، حيث زاد الاعتداء الإعلاني بصورة مكثفة في التسعينيات. وهناك الآن أربع قنوات كيبلية تعمل طول الوقت (تمتلكها أكبر أربع شركات إعلام أمريكية) ، وهي تقصف الأطفال بالبرامج التجارية على مدار أربع وعشرين ساعة في اليوم. وقد استهدف المعلنون سوق الشباب باعتباره الأكثر أهمية في الأمة.

وتنفق البنات اللواتي تتراوح أعمارهن ما بين سبعة وأربعة عشر عاماً - مبلغ ٢٤ بليون دولار أمريكي في السنة ، ومبلغ ٦٦ بليون دولار أمريكي آخر ؛ بسبب تأثيرهن في قرارات والديهن.

ويعد التلقين التجاري للأطفال من الأمور الحاسمة لأمريكا المتحدة. وأظهرت إحدى الدراسات أنه عندما عُرضت صورتان متطابقتان على أطفال في الثامنة من العمر، وكان أحد الأحذية يحمل شعار (نايك) والآخر شعار (كمارت) فإنهم أحبوا الاثنين معاً بصورة متساوية، وكانت استجابة الأطفال في الثانية عشر من العمر هي "كمارت هل أنت تمزح معي؟". وهذه الرغبة للتلقين تدعم الدافع التجاري في التعليم، ونؤكد أن الأسس الأخلاقية للأجيال القادمة ربما تكون مستقرة على قاعدة مشكوك فيها. ولا أحد يعلم على وجه الدقة نتيجة هذه الحملة الإعلانية التجارية الكاسحة على الأطفال، إلا أن نطاق الحوار يمتد من سيئ إلى أسوأ، والشيء الوحيد الذي نعرفه على وجه التأكيد هو أن عمالقة الإعلام والمعلنين الذين ينتعشون من الإعلام لا يهتمون، ولا يستطيعون أن يهتموا؛ لأن ذلك خارج نطاق صلاحياتهم.

وعلى ضوء هذا الرأي يجدر النظر إلى وضع الصراع الدائم بين "الكنيسة والدولة" في مجال الإعلام بعين الاعتبار، وهذا يرجع إلى قدرة الصحافيين والعمال المبدعين في إدارة شؤونهم، بدون النتيجة التي يحددها الشيء الذي يخدم المصالح المباشرة للمعلنين أو الملاك، ولهذا الأمر فإن نظام الإعلام الأمريكي كان في أفضل حالاته عندما حدث الانقسام بين "الكنيسة والدولة"، خصوصاً في الصحافة، على الرغم من أنه لم يكن بصفة حصرية، فلقد تم الإعلان عن ذلك الانقسام واحترامه.

وبتلك الطريقة فإنه بإمكان مستخدمي الإعلام النظر إلى المقالات والأخبار والبرامج الترفيهية، التي يقرءون ويشاهدونها ويستمعون إليها في الإعلام - على أنها تعكس أفضل حكم لعمال الإعلام، وليس بسبب الرشوة الخرافية أو الوهمية للمصلحة التجارية. كما أنه لا يوجد هناك مكان ظهر فيه انهيار للسلامة التحريرية بصورة واضحة، مثل مجال نشر المجلات. وكما ذكر (ألكسندر ليبرمان) مدير تحرير مجلة (كوند ناست) الأسطورية في عام ١٩٩٩م بأن المعلنين يمتلكون قدراً كبيراً من السلطة.

ولكن ما هو وضع المجلات الآن؟ لقد أكدت سلسلة من الفضائح في أواخر التسعينيات الشيء الذي كان مشتبهاً فيه ؛ حيث يمتلك المعلنون سيطرة هائلة على النسخ التحريري في المجلات الأمريكية ، والمحررون الذين أحبطتهم هذه السيطرة الهائلة قد حصلوا على أفضل الوظائف في مكان آخر.

وقال (نورمان ميلر) عن المجلات عام ١٩٩٩م ، "إنها مدفوعة بصورة واضحة جداً بالإعلانات ، لدرجة أن الإعلانات تتفوق على القصص".

ولقد تبنت أفلام هوليود القيم التجارية التي تكتب عنها مجلة (فاريتي) الآن عن المجال الفرعي المزدهر للإنتاج السينمائي ، كما أن السيطرة التكتلية على الأفلام والموسيقى فتحت (بوابات النهر) على مصراعيها للإعلانات التجارية للإبداع.

"إن الاستوديو السينمائي هو جزء من الغطاء الهائل" ، كما يقول (بيتر بارت) - محرر بمجلة (فاريتي) - والرئيس السابق لمجلة (بارامونت) ، ثم يقول : "وعليه ، فإنه يجب من الناحية النظرية أن يكون للاستوديو الرغبة في مواجهة أخطار أكبر ؛ نظراً لأن فيلماً واحداً سيئاً لن يؤثر على قيمة أسهم الشركة الأم ، ولكن على الطريقة التي تعمل بها ؛ لذلك فإن الاستوديوهات لا تعدو أكثر من كونها مصادر للخطر ، وإنها طبيعة ذات حماية للذاتية البيروقراطية. ويظهر الضغط في نوع الأفلام التي يتم إخراجها ، ونوع الغذاء العقلي الذي ظلت الاستوديوهات تقدمه لمدة عشر سنوات ، والذي مضى إلى ما لا نهاية ، ثم أعادت مجموعات التركيز اختباره ، ونجحت في الاختبار". أو كما يقول أحد التنفيذيين في استوديو مستقل تابع لشركة تايم وارنر للصور الجديدة" "نحن مدفوعون جداً بالتسويق كشركة ، وأنا أتلقى تعليمات بعدم إعطاء الضوء الأخضر لأي مشروع ، إذا لم أستطع معرفة كيفية بيعه". وكما يختتم (بارت) القول "هذه هي ليست الوصفة الخاصة بالفن على وجه الدقة".

ومع هذا القول، فإننا لا نحاول إلصاق الاتهام بأي شيء تنتجه أنظمة الإعلام المتحدة، كما أننا لا نؤكد بأن أي مقال أو شريحة إذاعية هي عبارة عن مقال أو شريحة إذاعية مخالفة، وأن تلك المقالات ملوثة، والمواد الملوثة لا يمكن أن تكون جيدة أيضاً.

وهناك أشخاص موهوبون - إلى درجة الإفراط - في عمل نظام الإعلام التجاري، كما أن الضغط الممارس لإقناع المشاهدين لا يعمل على تطوير الأجرة الممتازة أحياناً، على أن الضغوط التجارية تعمل على تقويض النوعية الشاملة للنظام وتحرفه، بطرق لا تكون ناتجة على الإطلاق من طلب المشاهد. وفي عالم وسائل الإعلام المتحدة، فإن العامل الرئيس هو جذب المشاهد المستهدف المفضل في الوقت الذي يُنفَق فيه أقل مبلغ ممكن من المال، وفي معركة جذب اهتمام المستهلك، فإن هذه المعركة تطور بقوة الصيغة المجربة والحقيقية، بالإضافة إلى استخدام الجنس والعنف، وما يطلق عليه اصطلاح "الصدقة"، في عالم يكون فيه الناس محاطين بخيارات إعلامية لا تحصى، (ولو أنها مملوكة من قبل شركات معدودة) فإن الجنس والعنف هما اللذان يحظيان بالاهتمام.

وتترك سيطرة الشركات والإعلانات التجارية المفرطة أكثر الآثار المدمرة في حقل الصحافة، حيث إن الصحافة هي أكسجين الديمقراطية، فإنه ينبغي لنا هنا تخصيص قدر كبير من الاهتمام، فليست هناك ضرورة لإضفاء صبغة الرومانسية على طبيعة الصحافة الاحترافية الأمريكية من منتصف القرن وحتى الثمانينيات، ففي عديد من الجوانب كانت ملأى بالعيوب على نحو عميق. إلا أنه مهما تكن الاستقلالية التي استمتعت بها الصحافة خلال عهد (بوب ودوارد) و(كارل بيرنستين) و(لو غرانت)، فإنها تتعرض الآن لهجوم متواصل من قبل ملاك الشركات، سعياً وراء الربح. ولا يوجد هناك أصدق دليل على وجود هذا الهجوم من نتائج اقتراع مركز (بيو) للبحوث عام ١٩٩٩م للصحافيين فيما يتعلق بمهنتهم. وحتى حقبة التسعينيات، فإن الصحافيين

مالوا نحو كونهم مدافعين أقوياء عن نظام الإعلام، ومعظم المثقفين أكدوا الحساسية المفرطة للصحافيين نحو نقد مجال عملهم.

ولقد توصل اقتراع (بيو) إلى أنه على المستوى المحلي والقومي – فإن غالبية الصحافيين العاملين يقولون بأن الضغط المتزايد على الخط السفلي يسبب أذى لجودة التغطية الصحفية، وفي السنة الماضية، فإن (ديفيد هالبرستام) كتب (عام ١٩٩٩م) يقول: "أعتقد أنها أسوأ سنة للصحافة الأمريكية منذ أن التحقت بمهنة الصحافة قبل أربع وأربعين سنة مضت".

ويقول (بوب ودوارد) – المحقق في فضيحة (ووترجيت: Watergate)، حيث استمتع بتولي واحدة من أكثر الوظائف الإعلامية نجاحاً وهيبة في ذلك الوقت –: "إنه في هذه الأيام الممتلئة بالإعلانات التجارية المفرطة والمنافسة المفرطة، لا أحد يحافظ على ضمير الصحافة".

ويظهر العالم الشجاع الجديد للصحافة المتحدة عديداً من الطرق والآثار الرئيسة لسيطرة الشركات المتحكمة في انخفاض كبير في عدد الموظفين، والضغط على تقديم قصص أقل تكلفة، وأسلوب حياة أقل جدلاً. وحيث تكون هناك "أخبار" فإنها غالباً ما تأخذ شكل تقارير الجريمة المعلبة، التي تفرَز من المخاوف غير الواقعية وغير الضرورية، وهذا هو الإكسير السحري للخط السفلي.

وأحياناً يكون العالم الجديد للصحافة المتحدة متميزاً بمراقبة صارخة لمطبوعات الشركات للقصص، التي قد تشوه صورة مالك الإعلام، إلا أن قطب الإعلام المهووس بالإعلام، والذي يتم تصويره في أفلام (جيمس بوند) أو السيرة الذاتية لـ(روبرت مردوخ)، هي أبعد ما يكون خطراً من كونه محرراً حذراً يسعى إلى "موازنة" المسؤولية للقراء أو المشاهدين، مع واجب خدمة رئيسه والمعلنين.

وفي مجال الإعلام اليوم – وحتى وسط الصحافيين الذين دخلوا مجال الصحافة لأنبل الأسباب – فهناك تحيز داخلي للابتعاد ببساطة عن الصحافة الجدلية، التي ربما تجر إحدى شركات الإعلام إلى خوض معركة مع الشركات أو الوكالات الحكومية. وحقاً، فإن تلك الصراعات كانت دائماً تشكل المادة الرئيسة للصحافة العظيمة، إلا أن تلك الصراعات كانت تؤدي إلى أن يكون ذلك بمثابة عمل تجاري سيئ جداً، وفي مناخ العمل التجاري الحالي فإنها تتفوق على الصحافة في كل وقت.

فمثلاً خلال الصراع الرئاسي عام ٢٠٠٠م فإن محطات التلفزة الرئيسة، وقفت ضد ما قد يعتقده بعض الأفراد من أن مصلحتهم الذاتية ستكون في تحركاتهم لإقصاء مرشح حزب الخضر (رالف نادر) من هذه الحوارات الرئاسية الثلاثة، فهي قد ضمنت القضايا المثيرة للجدل التي تشمل القوة المتحدة، بما في ذلك تكتل الإعلام، كما قامت بعدم إثارة تلك القضايا.

إلا أن إقصاء (نادر) ضمن أيضاً أن الحوارات ستكون بمثابة القيل والقال، بحيث يمكن القول إن (آل غور) و(جورج دبليو بوش) دعوا المشاهدين إلى إغلاق تلفزيوناتهم.

وأكثر الآثار العامة والملحوظة لتدخل الشركات العامة في مهنة الصحافة – هو أنها تسمح ببساطة للقيم التجارية بإعادة توجيه الصحافة على أكثر الأوضاع المريحة.

ونتيجة لذلك، فإنه تم نشر الموارد الهائلة نسبياً للأخبار الموجهة نحو طبقة ضيقة من العمل التجاري، ومواءمتها لاحتياجاتهم وآرائهم المتحيزة، علماً بأن تلك الأخبار ما جاءت إلا لتسيطر على الصحف والمجلات المتخصصة والتلفاز البرقي. فالأخبار المخصصة للجماهير تتألف بصورة متزايدة من قصص حول المشاهير، والعائلات الملكية، والرياضيين، والكوارث الطبيعية، وحوادث ارتطام الطائرات، وحطام القطارات. وتقتصر التغطية السياسية على اجترار ما يقوله بعض السياسيين.

والصحافة (الجيدة) تمارس عند إتاحة الفرصة لسياسي قادم من الجانب الآخر ليعبر عن رأيه.

وخلال إعادة عد الأصوات في ولاية فلوريدا في انتخابات عام ٢٠٠٠م فإن شبكات التلفزة قامت بتغطية معارك الطعام الليلية بين الخبازين التابعين لـ(آل غور) و(بوش)، إلا أنها تركت التبليغ الحقيقي - حول حرمان أقلية المقترعين من حق التصويت، والعيوب الهيكلية في أنظمة التصويت، والممارسات الفاسدة داخل مكاتب حاكم ولاية فلوريدا جيب (بوش) ووزير الخارجية (كاثرين هاريس) - لتتكفل به هيئة الإذاعة البريطانية (BBC)، ومذيعو محطات الإذاعة الأجنبية الأخرى.

كما أن المدخل إلى "التبليغ عن الأخبار" الذي تمارسه وسائل الإعلام الأمريكية في الوقت الحالي ليس بصحافة، إنه عبارة عن اختزال، وربما يكون أقوى اتهام موجه ضد الصحافة المتحدة، هو أن تفوقها سيكون متوافقاً مع النظام السياسي الاستبدادي (الفاشي)؛ لذلك فإن الصين تنتابها مخاوف ووخز ضمير حول السماح لمعظم الأخبار التجارية القادمة من الولايات المتحدة الأمريكية بالدخول إلى حدودها، فبإمكانها أن ترى أن هذا المعيار المتدني من الصحافة لا يكاد يشكل خطراً أو تهديداً للحكم بالصين. والشيء الذي يجعل من مفوض الحزب الشيوعي يحنق على هيئة الإذاعة البريطانية (BBC) هو ندمها على تغطية الأحداث السياسية بصورة جادة.

وهناك ضغط حاد على الصحافة؛ لتسهم فوراً ومباشرة في تغطية أحداث الخط السفلي.

فقد تلقت إحدى محطات التلفزة بولاية (تينيسي) الأمريكية عرضاً لتقديم أخبار تلفزيونية حول الأعمال التجارية المحلية في مقابل ١٥ ألف دولار أمريكي، ومن المهم الملاحظة أن الخطأ الذي ارتكبته محطة (تينيسي) لم يكن هو روح العرض، بل إنه يعكس النمط عبر وسائل الإعلام الإخبارية، كما يعكس صراحتها لترويج برامجها

الأخرى، كما حدث عام ١٩٩٦م عندما جعلت وكالة (ان بي سي نايتلي نيوز) الألعاب الأولمبية الصيفية لتكون القصة الإخبارية التي استحوذت على أكبر تغطية إخبارية في تلك السنة، حتى على الرغم من أن أخبار الأولمبياد لم تأتِ ضمن العشرة الأوائل في قوائم شبكات التلفزة الأخرى. لماذا؟ نظراً لأن وكالة (ان بي سي) الإخبارية كانت تذيع أخبار الأولمبياد على الهواء ذلك الصيف، وبالتالي تحصد المكافآت المالية.

وشهد خريف عام ١٩٩٩م حواراً ساخناً انفجر في دوائر الصحف بعد أن قامت وكالة (لوس انجليس تايمز) بتخصيص مساحة تحريرية كاملة في إحدى طبعاتها في مجلة (صنداي) التي تصدرها، والتي تقع في ١٦٤ صفحة، خصصت تلك المساحة للمقالات والصور الفوتغرافية والرسومات التي تصف ميدان رياضة، ومركز إسطبلات الخيول الجديد بولاية (لوس أنجلوس)، ولم تصرح الصحيفة في وقت نشر المجلة أنه سوف تتقاسم مبلغ ٢مليون دولار أمريكي مع ملاك ميدان سباق الخيل، وهي العائدات التي حققها ذلك القسم بالمجلة. والوجه المظلم فيه هو السيناريو الذي يصرح بأن (أوتيس شاندلر) - الناشر السابق لمجلة (لوس انجلوس تايمز) - كان قد أرسل خطاباً إلى الموظفين، يصف حركة الإدارة الجديدة بأنها (بليدة وغير احترافية على نحو لا يصدق)، والأهم من ذلك كله أن مجلة (لوس انجلوس تايمز) كانت مجلة صارخة للغاية؛ إذ سمحت بالتحديد الواضح للعلاقة الفاسدة التي تربط بين المعلنين والإعلام، وفي الغالب الأعم فإن قياس الدقة يجعل المناظرات الجدلية تكون في الخفاء.

وجميع ما قيل سابقا يخلق أزمة للديمقراطية. ولقد مجد (اليكس دي توكفيل) الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام الحرة والمتنوعة، ليس فقط في تشحيم عجلات الأنظمة الانتخابية، ولكن أيضاً في صيانة نفس هياكل المجتمع المدني. لقد ذهب مساح الأراضي الأمريكية العامة خلال القرن التاسع عشر إلى حد بعيد، حين قالوا عن

منظمات الأخبار: "أنها تعمل على صيانة الحضارة". فمن الذي سيحاول جاداً تقديم ذلك البيان عن الإعلام عندما يتم عمل تغطية إخبارية على مدار الساعة عن (غاري كونديت: Gary Condit).

إن المعيار الحالي للصحافة يعد معياراً غير مرضٍ للمجتمع الديمقراطي. وينبغي للصحافة الديمقراطية أن تقدم وصفاً جاداً للقوى الموجودة، والقوى التي تريد أن تكون موجودة في الحكومة، والمجالات السياسية في قطاع الشركات القوية، إلى حد الإفراط. وينبغي أيضاً للصحافة الديمقراطية أن تقدم معلومات أساسية ونطاقاً كاملاً من وجهات النظر حول القضايا الاجتماعية والسياسية في إعلام اليوم. ولا نستطيع أن نتوقع جميع هذه العناصر من الصحافة الجيدة، ولكن ينبغي للنظام الإعلامي الديمقراطي أن يعمل على أن يكون هذا المعيار من الصحافة متوافراً بسهولة ويسر لجميع السكان.

وقد يكون صحيحاً أن وسائل الإعلام ليست مسؤولة مسؤولية كاملة عن فتور الشعور واللامبالاة والسخرية والتجريد من الحقوق السياسية، والتي تميز السياسة الانتخابية بالولايات المتحدة الأمريكية في الوقت الحاضر. وفي الحقيقة، فإن المسؤولين التنفيذيين عن الإعلام يستخدمون أحياناً هذا الأمر - انعدام الاهتمام بالمسائل السياسية - لتبرير اهتمامهم المتدني بالشؤون العامة، وتغطيتهم المستمرة للقصص التافهة والغبية. إلا أنه من الصحيح أيضاً أن انعدام الصحافة قد أوقد لهيب التجريد من الحقوق السياسية، وأسهم في أن تصبح السياسة الانتخابية الأمريكية منافسة تجارية، تتبناها مجموعة صغيرة من المليارديرات، وهي المنافسة التي يفترض معظم الأمريكيين أنه ليس لديهم دور يلبونه على المستوى القومي أو ليس لديهم حصة في النتيجة.

والآن لا تستطيع الانتخابات الرئاسية جذب أكثر من نصف جمهور الناخبين إلى صناديق الاقتراع، وأصبحت الانتخابات الرئاسية عبارة عن وسائل إعلام ترفيهية مكتملة مع الرسومات والصور والتقارير، ولكنها خالية من أي اقتراح يتضمن القول

بأنه ينبغي للمواطن أن يلعب دوراً فعلياً في هذه الفورة من النشاط أكثر من الدور الذي يلعبونه في (سوبر باول) أو مكافآت الأكاديمية.

وأصبحت التغطية السياسية في وسائل الإعلام الأمريكية خاوية لا معنى لها، كما بدأت تتناقص. حقاً إن حجم الوقت الإذاعي المخصص لبرنامج (سوبر باول) والمكافآت الأكاديمية - قد زاد في السنوات الأخيرة؛ حيث أصبح هناك ابتزاز للأسعار المدفوعة لتغطية معظم أعمال ديمقراطيتنا، وبدون اعتذار.

وعندما سألت صحيفة (دالاس مورنينغ نيوز) عن التغطية الضعيفة للحملة الرئاسية عام ٢٠٠٠م، التي قامت بها شبكات التلفزة الأمريكية - أجاب (سام دونادسون)، مراسل إذاعة (ايه بي سي: ABC) بالبيت الأبيض سابقاً، فقال: "إننا نقوم بعمل الحد الأدنى من التغطية بإذاعة (ايه بي سي). وخارج إذاعة (نايت لاين) وصحيفتا (صنداي شو)، و(ايه بي سي نيوز) في رأيي قد خسرت المجال". فدعونا إذن ألا نركز على إذاعة ايه بي سي، فإن جميع شبكات الإذاعة تقوم بتخفيض فترات البث الإذاعي بناء على اتحاد مجموعة الحراسة من أجل حملات أفضل. وأثناء الموسم الأولي الرئاسي لعام ٢٠٠٠م أفادت إذاعة (أليلاني) بأن الشبكات كانت تغطي الحملة الرئاسية بنسبة ٢٠٪ من التغطية، بأقل مما فعلوا عام ١٩٨٨م، وكانت تلك آخر مرة شهدت فيها الولايات المتحدة الأمريكية منافسات خطيرة للترشيحات الرئاسية بين الديمقراطيين والجمهوريين. وتحدث (ريك كابلان) - الرئيس السابق لقناة سي ان الإخبارية — إلى مجلة (فيلادلفيا إنكورير): "أن شبكات الإذاعة الرئيسية كانت متهمة بالتقصير في تغطيتها للحملة الرئاسية عام ٢٠٠٠م، إنهم يجعلون أقسام أخبارهم أقل أهمية مما كانت عليه من قبل، إنهم فقط يخرجون من اللعبة".

ومن أجل تحري العدالة والدقة، فإن الصحافة لا تنشأ عيوبها فقط - بسبب ضغوط الشركات لتحقيق أرباح، أو لتحقيق الرغبات السياسية للملاك، ولكن

المشكلة تذهب إلى أعمق من ذلك. فقدر كبير من المشكلة حول الصحافة المعاصرة هي نتيجة لقوانين الصحافة المهنية التي ظهرت قبل قرن من الزمان، والتي تظل ذات أهمية كبرى في فهم مهنة الصحافة اليوم. وكانت الصحافة المهنية طفرة ثورية مع الفكرة القائلة بأن صحافة الوسط - وعادة هي صحيفة في ذلك الوقت - يجب أن تعكس بصورة مستمرة وجهات النظر السياسية لمالك الصحيفة.

والصحافة الحزبية - وهي بمثابة الرزق لكل من (جيفرسون)، و(جاكسون)، و(لنكولن) - يمكن الدفاع عنها في بيئة ملأى بالأسواق التنافسية، ونطاق واسع من الرأي. وفي أسواق الصحف ذات الدرجة العالية من التركيز التي ظهرت خلال القرن العشرين، بدت الصحافة الحزبية كدعاية لا يمكن منافستها، أكثر من كونها أي شيء آخر.

وفي هذه البيئة، اندفع كبار ناشري الصحف نحو الاحترافية، وسيتم تدريب جميع الصحفيين العاملين لدى أولئك الناشرين؛ ليكونوا صحافيين غير حزبيين؛ لكي يصبح الأمر: من الذي يمتلك جميع وسائل الإعلام؟ كما أظهرت البحوث على نحو متكرر، أن القانون المهني قد (تسلل) إلى الانحيازات السياسية لملاك الصحف، ولكنه يجعلهم الآن يظهرون كملاك صحف غير حزبيين، فهي حقيقة موضوعية.

ومع أخذ هذا في الحسبان فدعونا نعود إلى قصص الأخبار العظيمة الثلاثة للأزمنة الحديثة، حيث إننا ذكرنا في المقدمة أن كل قصة على حدة تذهب إلى قلب الوظيفة الديمقراطية الرئيسة للصحافة الحرة. وكانت القضية الأولى هي الانتخابات الرئاسية عام ٢٠٠٠م، وحول ما إذا كان بإمكان الشعب الأمريكي عقد انتخابات عادلة لأعلى منصب في البلاد. والقضية الثانية حول الحرب على الإرهاب، وهي تتعلق بكيفية إمكان أن تصل هذه الأمة إلى أكثر القرارات أهمية، والتي بإمكان أي مجتمع أن يتخذها: الدخول في - وشن - حرب عالمية ليس لها نهاية تلوح في الأفق. والقضية الثالثة هي إظهار قدرة شركة (إنرون) على ابتزاز الملايين من دافعي الضرائب

والعمال والمستهلكين، عن طريق شراء ذمم السياسيين من اليمين واليسار لمشاريعها المريبة، والتحدث عن قدرة الصحافة على إلزام الحكومة، والشركات التي تنظمها - بمسؤوليتها عن الفساد.

وعندما تعتقد ديمقراطية من الديمقراطيات إمكانية الدخول في الحرب، فإن التدفق الحر للمعلومات سيكون ذا أهمية دراماتيكية. فكيف بإمكان الوالدين اتخاذ قرار بإرسال أبنائهم وبناتهم إلى الحرب عندما يفتقرون إلى معلومات كافية عن الأسباب والأهداف والخطط الإستراتيجية للحرب المقترحة؟ كيف بإمكان المواطنين اتخاذ قرار ما إذا كان من المناسب إعادة ترتيب الأولويات الاقتصادية القومية من أجل تمويل "حرب مستمرة على الإرهاب" عندما يجهلون أهداف تلك الحرب؟

ففي الحرب العالمية الأولى، والحرب ضد كوريا، وضد فيتنام - فإن الرؤساء كانوا يكذبون على الشعب الأمريكي؛ نظراً لاعتقادهم بأنه إذا عرف الشعب الأمريكي الحقيقة فإنه لا يقدم الدعم للحرب. ويعد السجل الحافل لوسائل الإعلام الأمريكية في القرن العشرين إحدى الوسائل التي تتماشى بانتظام مع الجهود الاحتيالية لقيام الإدارة الحاكمة بإقحام الأمة في حرب إثر أخرى. وهذه اللحظات تعد لحظات سوداء في تاريخ الصحافة الأمريكية.

والأكثر إثارة للدهشة في التغطية الإخبارية الأمريكية، على إثر هجمات ١١ سبتمبر - هي النمط الحزين الذي اتبعته تلك التغطية الصحفية، وكان الحوار الأكثر أهمية، هو الحوار حول ما إذا كان خوض الحرب قد حدث فعلياً داخل أروقة الكونغرس، أم الإعلام!! مع تجاهل تام للأسئلة الواقعية.

فلماذا اعتقدنا أن الطريقة العسكرية ستكون طريقة فعالة؟ ولماذا كان للولايات المتحدة الأمريكية الحق كقاض وهيئة محلفين وجلاد في أن تحدد من هو الإرهابي أو المتعاطف مع الإرهابي في هذه الحرب العالمية؟ وماذا عن القانون الدولي؟

وكانت أكثر القضايا وضوحاً - هي الغياب التام للتعليق على أحد أكثر ملامح الحملة لشن الحرب، وهو شيء سيلاحظه أي صحفي صادق بسرعة، لو أن الأحداث وقعت في روسيا أو الصين أو باكستان. وهناك مصالح قوية جداً في الولايات المتحدة الأمريكية تستفيد فائدة سياسية واقتصادية كبيرة عن طريق شن حرب غير مبررة على الإرهاب، ويمكن أن يطلق على هذا الاتحاد من المصالح باستخدام مصطلح الرئيس (إيزنهاور): "العقدة العسكرية- الصناعية"، والذي ازدهر خلال الحرب الباردة، عندما برر الخوف من الإمبريالية السوفيتية الحقيقية أو المزعومة. لقد خلق ذلك المصطلح - وزاد التوسع - فيه أمة ذات قوة عسكرية صغيرة من الناحية التاريخية، تخوض الآن حرباً اقتصادية دائمة، ولديها مصالح خاصة قوية، ومقاولون يدافعون عن القطاع الخاص، والأهم من ذلك أنهم يستفيدون من وجود تلك الأمة.

ونظراً لأن الصحافيين الذين كان يجب عليهم إثارة مثل هذه القضايا — لا يفترض أنهم عارضوا السياسات الحكومية؛ وذلك لمجرد أن السياسات احتاجت لتبرير وشرح؛ لكي يكون الدعم دائماً وليس سريع الزوال، ونتيجة للمداولات وليس المناورات. إلا أن تلك لم تكن هي الحالة، فكثير من الصحف السائدة بالولايات المتحدة الأمريكية كانت مليئة بالدعايات في الأسابيع والأشهر التي تلت ١١ سبتمبر. ونتيجة لذلك فإن معظم الأمريكيين أيدوا الحرب، حتى على الرغم من أنهم لم يعرفوا أي شيء حول المنطقة التي سوف يحارب فيها الجنود الأمريكيون، والسياق التاريخي للمعارك، أو الدور الذي كان من المفترض أن تكون قد لعبته المغامرات العسكرية السابقة في إذكاء موجات الغيظ والاستياء التي تغذي الغضب العالمي على الولايات المتحدة الأمريكية.

ومن المهم أن يكون هناك وضوح حول سبب تعاسة التغطية الصحفية التي كانت باعثة على الأسى بدرجة كبيرة - فذلك ليس مرتبطاً مباشرة بسبب تركز ملكية

وسائل الإعلام، أو تدخل الأعضاء المنتدبين، على الرغم من أن نفس الشركات هي الآن الشركات التي تحيي "الحرب الأمريكية الجديدة"، وهي التي تذهب قَبْل إدارة الرئيس بوش لتطالب بإلغاء لوائح الملكية، والتي سوف تجعلها جميعها شركات كبرى تحقق مزيداً من الأرباح. إن السبب الرئيس لهذه التغطية الصحفية المشوهة هو الطريقة التي تمارس بها الصحافة"المهنة" المزعومة بالولايات المتحدة الأمريكية.

ولتفادي تلوث الحزبية، وتخفيض التكاليف؛ فإن الاحترافية تجعل المصادر الرسمية أو المعتمدة – الأساس لقصص الأخبار. فالمخبرون الصحفيون ينقلون ما يقوله الذين هم في السلطة، وعن ماذا يتحاورون، وهذا يعطي الأخبار تحيزاً نحو المؤسسة الصحافية، وحتى في حالة وجود اختلاف فإن نطاق الحوار يمتد فقط إلى حدود الاختلاف بين المصالحة لتحديد نطاق الحديث.

وعندما ينقل الصحافي ما تقوله المصادر الرسمية أو تتحاور حوله فإنه يُعد صحافياً "محترفاً"، وعندما يخرج الصحفي عن نطاق هذا الحوار الرسمي؛ لتقديم نظريات بديلة أو إثارة قضايا يفضل أصحاب السلطة عدم مناقشتها – فإنه لا يُعد صحافياً "محترفاً".

وفي مسائل السياسة الدولية فإن (المصادر الرسمية) تكاد تكون مستخدمة بالتبادل مع مصطلح "الصفوة"؛ نظراً لأن السياسة الأجنبية في معظمها تُعد حكراً على عدد قليل من الأثرياء وذوي السلطة – صفوة القوة الكلاسيكية، وفي قضية مثل الحرب الحالية على الإرهاب، حيث تتحد الصفوة والمصادر الرسمية حول القضايا الرئيسة، كما تظهر أن طبيعة تغطيتنا الصحفية تكاد تكون قريبة من تلك التغطية الصحفية الموجودة في المجتمعات الاستبدادية، ذات الحرية المحدودة للصحف الرسمية.

وسوف يلتف عديد من الصحافيين العاملين حول تلك الإفادة، وستكون استجابتهم بأن الاعتماد المهني على المصادر الرسمية قابل للتبرير كاعتماد (ديمقراطي)؛

نظراً لأن المصادر الرسمية تُعد مسؤولة تجاه الذين يَنتَخبهم المواطنون. والمشكلة مع هذا الأساس المنطقي هي أنه يتناسى الافتراض المهم لنظرية الصحافة الحرة، وحتى القادة المحددون من قبْل الانتخاب يحتاجون لمراقبة صارمة، لا يمكن تحديد نطاقها عن طريق معارضتهم المنتخبة فقط. وإلا فلن يكون هناك مخرج لحقوق المواطنة من الوضع الراهن، وليس لديها القدرة على انتقاد أو دعم الثقافة السياسية ككل.

وإذا زادت وظيفة الحراسة ارتخاءً فإن الفساد سيزداد بصفة دائمة، ويتآكل النظام الانتخابي، وإذا كانت الصحافة التي تذهب خارج نطاق رأي الصفوة، تعامل كصحافة غير احترافية أو صحافة حزبية، ومن ثَمّ يتم تجاهلها - فإن وسائل الإعلام ستكون مغلقة داخل الوضع الراهن الفاسد، ولا يمكن أن تجد لنفسها أي مخرج. فإذا كان يجب على الصحافيين أن يكون لديهم مصادر رسمية من جانبهم لمتابعة قصة معينة، فإنها تعطي الذين هم في السلطة قدرة هائلة على استخدام حق النقض (الفيتو) على ممارسة الديمقراطية.

وهذه المشكلة تصبح مشكلة حادة في بيئة سياسية مثل الولايات المتحدة الأمريكية، حيث جعلت القوانين الانتخابية وتكاليف الحملات الانتخابية السياسة منطقة إقطاعية للأثرياء وأولئك الذين يمثلون الأثرياء. وأكثر من تسعين بالمائة من تبرعات "الأموال الصعبة" المقدمة لحملات انتخابات الكونغرس والانتخابات الرئاسية تأتي من واحد بالمائة من أكثر الأمريكيين ثراء. وبالاعتماد على المصادر الرئيسة، فإن صحافتنا لا تفرض تحدياً ديمقراطياً على البلوتوقراطية (حكومة الأثرياء)، ولكنها بدلاً من ذلك ستثبت البلوتوقراطية في مكانها.

وأفضل مثال على مبدأ حماية البلوتوقراطية، والتي تقدم الآن تعريفاً للصحافة الأمريكية - هو فضيحة شركة (إنرون)، والتي اتضحت للعيان في أواخر عام ٢٠٠١ و٢٠٠٢م، وكانت قضية انهيار شركة (إنرون) مسببة للصدمة؛ فمع أن الدليل على

عمليات شركة (إنرون) الغامضة كان يبرز على نحو غير متوقع منذ منتصف التسعينيات على الأقل، فإن الصحافيين المتحدين لعهدنا كانوا يتساقطون بعضهم على بعض؛ لكي يمدحوا شركة (إنرون) بوصفها مثالاً يحتذى به في الاقتصاد الحديث، وكان يتم تسليط الضوء بصفة منتظمة على شركة (إنرون) في القائمة السنوية لأفضل الشركات العالمية، في مجلة المالية العالمية (International Finacial Magazine)، وحتى عندما كان انهيار شركة (إنرون) وشيك الحدوث فإن مجلة (فورتون : Fortune) مجدت الشركة بوصفها (الشركة الأكثر ابتكاراً في أمريكا).

فقط عندما كانت الشركة على وشك الإفلاس، فقد تناولها الإعلام كشيء أقرب إلى قصة إخبارية - بل وليس قدراً كبيراً من القصة الإخبارية، وكان لدى وسائل الإعلام المتحدة حافز خاص لعدم دفع قصة (إنرون) إلى أبعد حد ممكن.

وإذا كان النقاش حول شركة (إنرون) وسياسات الطاقة، سيقود إلى امتحان متواصل للطريقة التي تُصاغ بها سياسات الاتصالات، خلف الأبواب المغلقة في واشنطن - فإن القصة الأكثر شيوعاً كانت خارج حدود الصحافة الأمريكية، ولن تجد رائحة نتنة تنافس أي شيء، مثلما فعلته شركة (إنرون)، إلا أن ذلك لم يكن كل السبب وراء فقدان الإعلام للقصة الواقعية.

وعلى الرغم من أن مسألة شركة (إنرون) كانت مثالاً مذهلاً على الفساد السياسي العلوي، وبدأت التغطية الصحفية تركز بصورة متزايدة على انهيار أعمال شركة (إنرون)، وحيلة (آرثر أندرسون)، بدلاً من الطرق الرخيصة القانونية وغير القانونية، والتي استخدمت فيها الشركة النظام السياسي للحصول على مليارات الدولارات من المستهلكين ودافعي الضرائب والعمال.

وفي عقد آخر، فإنه كان من المفترض أن يسبب انهيار شركة (إنرون) استفزازاً لأزمة سياسية، أكبر من فضيحة (تيبوت دوم)، التي حفزت رئاسة الرئيس (وارن

هاردنغ)، ودفعت إلى اتخاذ الكونغرس لقرار دراماتيكي. ولا تزال جميع المؤشرات تقول أن فضيحة شركة (إنرون) لن تتحول إلى أزمة سياسية، تنهي الوظائف السياسية وتؤدي إلى إصلاح سياسي رئيس. كما أن ديمقراطيي المعارضة ليسوا على عجلة من أمرهم لدفع القصة إلى نهايتها السياسية المنطقية؛ نظراً لأن كثيراً من أولئك الديمقراطيين سيتورطون أيضاً في تلك الفضيحة. وبناء عليه، فلا يوجد هناك حوار بين المصادر الرسمية حول الاستجابة الصحيحة نحو قضايا الفساد السياسي المثارة من قبل قضية شركة (إنرون)، وبدون تلك المصادر الرسمية فإن الصحافة "المهنية" تكون مقتصرة على نقاش يبدأ وينتهي داخل الحدود التي يتابعها أولئك الذين هم في السلطة، وبقية السكان ليس لديهم من يمثل مصالحهم. وماذا عن أولئك الذين يريدون ببساطة أن تخرج الحقيقة الكاملة؟ وماذا عن أولئك الذين يريدون تغيير النظام لكي يقل احتمال حدوث هذا النوع من الفساد مستقبلاً؟ إنهم غير محظوظين. وهذا وضع كارثي للديمقراطية الحرة؛ حيث إنه يؤكد للمواطنين أنه حتى الإيحاءات الدراماتيكية للفساد السياسي لن تؤدي إلى التغيير، وإذا لم يستطع نظام الصحافة تقديم تغطية صحفية تؤدي إلى إصلاح سلمي للفساد، فإن هذا يعني أن المشاكل ستزداد سوءاً، وأن تكاليف القرار النهائي سوف تزداد بدرجة كبيرة.

وأخيراً، خذ في الاعتبار الطريقة التي نقلت بها الصحافة نبأ فوز الرئيس بوش في انتخابات عام ٢٠٠٠م. فمن الواضح الآن بأن غالبية الشعب في ولاية فلوريدا، والذين ذهبوا ليدلوا بأصواتهم للرئيس في نوفمبر عام ٢٠٠٠م قد قصدوا أن يصوتوا لصالح (آل غور)، وحقاً فإن الشيء المدفون في حواشي الدراسة التي أجرتها الصحافة هو الإيحاء بأن استخدام أي طريقة كانت تسعى لتحديد مقدار العواطف الفعلية للمصوتين، فإن النتيجة كانت هي نفسها. لقد كسب (آل غور) ولاية فلوريدا، والفوز بأصوات ولاية فلوريدا كان من المفترض أن يضمن الفوز بالرئاسة. ولكن (آل غور)

ليس هو الرئيس، فلماذا ذلك؟ أو لنضعها بطريقة أخرى لتأكيد التغطية الصحفية بأن الفائز الحقيقي سيتولى منصب الرئيس؟ وفي النهاية كانت الصحافة الحرة غير قادرة على ضمان سلامة الانتخابات فما فائدتها إذن؟ والسبب الرئيس يعود للمصادر.

وطوال شهر نوفمبر وأوائل شهر ديسمبر عام ٢٠٠٠م أخبر جميع الجمهوريين وسائلَ الإعلام بأنهم قد فازوا بالانتخابات، وأن (آل غور) كان يحاول سرقة نتيجة الانتخابات. ومن ناحية أخرى، فإن الديمقراطيين كانوا أقل عدوانية بكثير، وأظهروا قدراً قليلاً جداً من الحماس للشجار حول الشيء الذي كسبوه؛ ولهذا السبب فإن التغطية الإخبارية التي تعكس ما كانت تقوله المصادر الديمقراطية للديمقراطيين قصدت عكس الفكرة القائلة بأن الجمهوريين قد فازوا بنتيجة الانتخابات، وأن الديمقراطيين كانوا يمسكون بالقش.

وعندما كشف (غريغ بالاست) النقاب عن القصة في بريطانيا، في نوفمبر عام ٢٠٠٠م من أن جمهوريي ولاية فلوريدا أقصوا الآلاف من فقراء ولاية فلوريدا من التصويت بطريقة نظامية وغير قانونية. وهذا في حد ذاته يكفي لكي يكلف (آل غور) ثمن خسارة الولاية، ولم تتجرأ أي وسيلة إعلام أمريكية من التقاط تلك القصة، حتى على الرغم من أن القصة وثقت بكل جد واجتهاد على نحو جيد - فلماذا إذن؟ لأنه من المرجح أن الصحفيين كانوا خارج اللعبة بطريقتهم الخاصة؛ نظراً لأن الديمقراطيين اختاروا عدم الشجار حول هذه القضية. وبمجرد أن اتخذت المحكمة العليا قرارها النهائي، فإن وسائل الإعلام أعلنت بأن كابوسنا القومي قد زال، متجاهلة الملاحظة بأنه بناء على ما ذكره معظم المقترعين، فإنه كان من المفترض أن تكون للأمريكيين الرغبة في الاستمرار من أجل تحديد الفائز الحقيقي، إلا أن وسائل الإعلام ساعدت في تلميع الرئيس، والخاسرون الوحيدون هم الأشخاص غير المهمين والعاجزون، والذين تمسكوا بالاعتقاد القائل بأن من يحصل على أكبر عدد من الأصوات فإنه يجب

أن يفوز بنتيجة الانتخابات، وأنه يجب على الصحافة أن تخبر الحقيقة الكاملة مهما كانت النتيجة.

وبعد أن لعبت الدور الذي قامت به في التقاط الرئيس، فإن وسائل الإعلام لم تكن في وضع يسمح لها بانتقاد إدارة الرئيس بوش؛ وهذا يفسر على الأقل بعضاً من رقابة وسائل الإعلام الأمريكية لوقف توجيه النقد إلى الرئيس بوش بعد أحداث ١١ سبتمبر. وبعد إكراه الشعب الأمريكي على قبول الطفل الغبي ذي الامتيازات، فلقد أصبح من الضروري في لحظة من الغضب القومي تقديم الرئيس بشكل مختلف، كأنه (لينكولن) آخر، ولو أنه الشخص الذي فضل رفع القيود عن قراءة الكتب.

وعند تقديم تقرير إعادة إحصاء الأصوات الذي يحتوي على بيانات يبدو أنها تؤكد أن (آل غور) قد كسب نتيجة الانتخابات بولاية فلوريدا، بعد شهرين من أحداث ١١ سبتمبر - فإن الشيء المثير للدهشة هو كيف قامت جميع وسائل الإعلام بالتبليغ أن النتائج كانت مختلطة وأن بوش قد كسب الانتخابات، وتوصلت الصحف الرئيسة وشبكات التلفزة إلى هذه النتيجة النهائية؛ وذلك فقط عن طريق أسلوب الأولمبياد الرياضي لتحليل البيانات من وجهة نظر الشيء الذي طالبت به حملة (آل غور) في شهر نوفمبر في السنة الماضية.

لقد بدا أن هوية الفائز الفعلي للانتخابات الفعلية في ولاية فلوريدا - أي يعني الشخص الذي فضله معظم المقترعين - لا يشكل اهتماماً للصحافة، ولو لمثقال ذرة.

وبطريقة التفكير تلك فإنه لم يكن هناك خيار للصحافة سوى تقديم هذا التفسير، وإذ أذعنت وسائل الإعلام بأن (آل غور) في الحقيقة قد كسب السباق في فلوريدا، فلقد كان من المفترض على وسائل الإعلام أن تجعل الناس يطرحون سؤالاً منطقياً وهو: لماذا لم تحدد وسائل الإعلام هذا الفوز عندما حدث؟ بالإضافة إلى أن الامتياز الذي تتمتع به الولايات المتحدة الأمريكية هو أن هناك رئيساً غير منتخب يجعل

التغطية الصحفية التمجيدية للرئيس بوش بعد أحداث ١١ سبتمبر تبدو بصورة متزايدة، مثل نوع من أناشيد الشكر والنصر "للقادة العظماء"، والمتوقعة من وسائل الإعلام في ديكتاتوريات متبجحة، رغم قلة مقدراتها.

وعندما يكون القادة ليسوا نتاجاً للانتخابات الحرة والعادلة، فإنهم يفقدون المصداقية، ومع ذلك التطور فإن الاعتماد المهني على المصادر الرسمية بدأ ينهار تدريجياً حسب المعايير الديمقراطية.

وخلال السنوات التي سبقت هذا النقد لوسائل الإعلام الأمريكية، والتي كان من المفترض أن يواجهها الصحافيون وأساتذة الجامعات والمواطنون من كل طراز بصرخات ساخرة ساخطة. وأنهم سيناقشون القول أن صحافتنا كانت صحافة تحتفي بجلال الحرية في التاريخ الأمريكي حقاً. واليوم تم إخراس تلك الاستجابة؛ إن عناد وانحطاط ثقافة وسائل إعلامنا أضحت واضحة، ومن الصعب خصخصتها، حتى عند المعتقدين القدامى الحقيقيين. أو ربما وبصفة خاصة للمعتقدين القدامى الحقيقيين، الذين شاهدوا إخلاصهم في ذلك الشيء الجيد، الذي كان من المحتمل أن تفعله وسائل الإعلام، فقد تم طمسه حقيقة فيما تفعله وسائل الإعلام. إلا أنه لا يزال هنا عديد من الأشخاص الذين يدافعون عن النظام، ولو بحماسة أقل مما كانت عليه في السنوات الماضية.

وثمة دفاع عن نظام الإعلام هو أنه يقوم على تحقيق الربح، وعليه فإن الشركات تكون مجبرة على إعطاء الناس ما يريدونه، أو أنها ستواجه الإفلاس الاقتصادي. وهناك عنصر من الحقيقة في هذا الادعاء، ولكن لا ينبغي المبالغة فيه. ونادراً ما تكون أسواق الإعلام أسواقاً تنافسية من الناحية الاقتصادية؛ وبسبب ذلك فإنه الشركات تمتلك قدراً كبيراً من القوة لإجبار الناس على الاختيار من ضمن الأشياء، التي تعدها تلك الشركات أكثر الأشياء المربحة.

بالإضافة إلى أنه غالباً ما يكون المعلنون هم الذين ينشئون أسواق الإعلام، وليس الشعب كشريك رئيس، وهي تلك الحالات التي تكون احتياجات المواطنين قاطبة مبتذلة وتافهة من وجهة نظر الأوامر التجارية لشارع (ماديسون أفينو: Madison Avenue). وهذا يصدق بصفة خاصة في مجال صناعة الصحف، حيث أدى الدافع إلى جذب القراء الأثرياء في عديد من المدن إلى انحطاط جذري في التغطية الجادة للمناطق المجاورة، التي يقطنها الفقراء والطبقة العاملة، عندما انتقلت المصادر إلى تغطية مناطق ضواحي المدن، والتي يحتشد بها القراء الذين تريدهم شركات الإعلان.

بالإضافة إلى أنه حتى في نظام الإعلام ذي السوق التنافسي ونظام الإعلام الخالي من أي إعلانات - سيكون بعيداً عن بلوغ الكمال. ويتم التنبؤ بالأسواق على أساس واحد، دولار لكل صوت، بدلاً عن شخص واحد لكل صوت؛ ولهذا السبب فإن الأغنياء يمتلكون عدداً من الأصوات أكبر بكثير من عدد الأصوات التي يمتلكها الفقراء. فالسوق في هذه الحالة يكون سوقاً مرتبطاً بحكومة الأثرياء، أو الأثرياء ذوي الكلمة المسموعة، أكثر من كونه سوقاً ديمقراطياً. وفي الوقت الذي يمكن فيه أن يلعب السوق دوراً مهماً في نظام إعلامي ديمقراطي، فإنه لا ينبغي على الإطلاق أن يشكل مجموع النظام الإعلامي الديمقراطي.

وثمة دافع آخر للنظام الحالي هو إذا كان شخص ما غير مقتنع بالنظام الأمريكي الطبيعي، فإنه يجب على ذلك الشخص أن يلزم الصمت، أو أن ينتقل إلى بلد آخر، ويفضل أن يكون في الجانب الآخر من العالم، كما أن نظرية "أحبها أو أكرهها" - التي يؤيدها، على نحو عدواني، محبو شخصية (روش ليمبو: Rosch Limbo)، مذيع الراديو المليونير - تعتقد أن التعديل الأول قد سمح لشركتين من عشرات الشركات المتخطية الحدود الإقليمية سعياً وراء تحقيق الربح، سمحت لها بأن تحكم وسائل الإعلام الأمريكية بإعانات حكومية، ولكن بدون تدخل حكومي، وهذه مناقشة لا تصمد أمام أي فحص تاريخي دقيق.

وحقيقةً أن التعديل الأول يحظر تدخل الكونغرس في شؤون الصحافة الحرة، إلا أنه لا يسمح بتركيز سيطرة الشركات وشركات الإعلانات على الصحافة. وإذا كانت هناك حفنة من المؤمنين يستخدمون مواردهم التراكمية وتأثيرهم، لمحاولة اكتساب تأييد الحكومة للحصول على الهيمنة في الحياة الروحية للأرض، في الوقت الذي تُفرض فيه عقائد مع أفكار وقيم مختلفة من المجال العام - فهل سيناقش مؤيدو التعديل الأول بأن هذا كان هو القصد من حماية حرية الدين؟ وإذا حاولوا أن يفعلوا ذلك، فإنهم سيوضعون في موقف محرج أمام المحاكم، ويكونون غير جديرين بالنظر والاهتمام لأي حوار جاد، ويوصفون أنهم ديكتاتورون استبداديون مؤيدون لدولة خاضعة لحكم رجال الدين.

إن التعديل الأول يخص جميع الأمريكيين، وليس فقط المستثمرين المليارديرات في حفنة من شركات الإعلام العملاقة، ويستند التعديل الأول إلى النظرية القائلة بأن الديمقراطية تطلب صحافة تخدمنا جميعاً، ونحن لا نناقش من أجل رقابة حكومية للإعلام التجاري، ففي الحقيقة أننا نعارض الجهود المبذولة في ذلك الاتجاه.

ولكننا نفكر في الجهود المبذولة لتقليل قوة (وول ستريت)، و(ماديسون أفينو)، أو أي قطاع آخر، ولزيادة دور الشارع الرئيس وكل قطاع آخر من السكان لإدارة نظام إعلامنا، والذي يتماشى كلياً مع معنى التعديل الأول.

ويدافع البعض أيضاً عن الوضع الراهن بالتأكيد، ويفترضون أنه لا يوجد قدر كبير من أثر الإعلام المتحد على أي شخص، ومن ثم تكون الشكاوى التي أثرناها - لا شيء. وتنص هذه النظرية على أن مستهلكي الإعلام يعدون أذكياء في طرق الإعلام، ويمكنهم تفسير الرسائل التجارية على نحو مهم، ومن الحقيقي أن عدداً قليلاً من المواطنين يبتلعون كل شيء تقدمه لهم وسائل الإعلام بسخاء. وفي نظام الاتحاد السوفيتي القديم كان عدد قليل من المواطنين يصدق ما يقرأه في صحيفة (البرافدا) أو

صحيفة (إيزفيشيا)، إلا أن ذلك لا يعني أنه كان من المفترض خدمة المجتمع بطريقة جيدة من قبل الإصلاح الشامل للنظام الإعلامي.

والافتراض بأن الإعلام لا يؤثر علينا - يبدو أنه افتراض يتعذر الدفاع عنه، وهناك قيود يمكننا أن نتوقع أن يقرأ المواطنون من خلالها رسائل الإعلام، كما لا يمكننا التأكيد بأنه ينبغي مواجهة جميع ما تنتجه وسائل الإعلام بشك عميق، ونحن ندرك بأن النظام يمنح قدراً كبيراً من المادة المفيدة والمسلية. وادعاؤنا ببساطة هو أن نظام الإعلام ينتج كمية أقل بكثير من هذه النوعية في حالة تقليل الضغوط التجارية.

وهناك مناقشة جديدة للدفاع عن الوضع الراهن للإعلام. وهي أن الإنترنت سيجعلنا أحراراً، ومما يدعو للسخرية فإنه يبدو أن مثل (جورج جيلدر)، والذي كان يخبرنا قبل سنوات قليلة مضت عن عظمة نظام الإعلام في الولايات المتحدة، والآن وبطريقة مفاجئة يرى أنه ليس هناك ما يدعو للقلق. ويخبروننا بأن الإنترنت يسمح لنا بالهروب من مجال الإعلام الفاشل هذا، كيف؟ تذهب النظرية لتقول أشياء، مثل: نظراً لأن بإمكان أي شخص البدء في إنشاء موقع (ويب) بتكلفة اسمية نسبياً، ونظراً لأن بإمكان أي شخص على الخط (أون لاين) الدخول إلى أي موقع للويب - لذلك فإن شركات الإعلام العملاقة تعد بمثابة ديناصورات من عصر آخر، وأنه سيحكم على رقابتها الاحتكارية بالفناء، بمجرد التحام مُذَنّب الإنترنت تماماً مع الأرض. والأيام السعيدة تعود هنا للمرة الثانية، والسماء على الأرض، والنيرفانا الرقمية (الموطن الذي ينسى فيه الهم والألم والواقع الخارجي). وكل الذي يجب علينا أن نفعله هو أن نجلس في الخلف، ونربط قفازات البيسبول حول فمنا، ونترك القطاع الخاص يقوم بعمله، فالأمر لا يعد أسهل أو أفضل من ذلك، أليس كذلك؟

وفيما يتعلق بشأن الدفاعات الأخرى عن الوضع الراهن للإعلام، فهناك عنصر مهم من الحقيقة أو نصف الحقيقة في هذه الرؤية المفعمة بالنشاط، حول الإنترنت كتقنية

سحرية للتحول إلى النظام الديمقراطي. إن الإنترنت ووسائل الاتصالات الرقمية بصورة أكثر اتساعاً - تحدثان تغييراً جذرياً في حياتنا، وخلال سنوات قليلة فإن العالم الذي نعيش فيه سيبدو مختلفاً جداً عن العالم قبل سنوات قليلة مضت.

بالإضافة إلى أن الإنترنت يجبرنا على إعادة تشكيل صناعات الإعلام، حيث إن الانتقال إلى الاتصالات الرقمية يعني أن الاختلافات التقليدية بين قطاعات الإعلام، وحتى قطاعات الاتصالات، في طريقها إلى الاختفاء. وعلى الرغم من ذلك، فإن الأمل - في أن الإنترنت سوف يقلب نظام الإعلام رأساً على عقب، ويفتح آفاقاً غير محدودة للأصوات الجديدة، بخلاف الأصوات الهامشية والمنشقة أو الأصوات غير التجارية، على أنه ثبت أن ذلك الأمل - لا أساس له من الصحة. وبصفة خاصة، فإن كثيراً من الرؤى اليوتوبية (المثالية) عن الشيء الذي ربما يفعله الإنترنت، قد تصادمت مع واقع الفجوة الرقمية بين الرؤساء التنفيذيين (المحاطين بسياج)، وملايين الأمريكيين الفقراء الذين يفتقرون إلى الوصول إلى خطوط الهاتف، وأجهزة الحاسب الآلي (الكمبيوتر)، وكافة الأدوات الأخرى المطلوبة، لارتياد الطريق السريع الذي تسلكه تقنية الإنترنت.

وهذا يعني أنه، للأسف، لن يكون هناك استخدام مثير ومهم لتقنية الإنترنت من قبل النشطاء السياسيين، والمصالح غير التجارية. ومن المستبعد - حتى مع الجهود المنسقة- أن تُغلَق الفجوة بين أثرياء الإنترنت والفقراء. وهذا يعني أن تقنية الإنترنت التي تحكمها القيم التجارية قد تحولت إلى أغراض أقل نبلاً بكثير من تلك الأغراض التي يتصورها مثاليو التقنية الرقمية.

إن المشكلة الرئيسة في المناقشة التي تفيد أن تقنية الإنترنت ستجعلنا نعيش أحراراً - أنها قد تغافلت عن القوة الحالية لعمالقة الإعلام القائمة على التقنية، كما أنها في الحقيقة أيضاً قائمة على السوق. وفي الوقت الذي يمكن فيه لأي شخص أن يبدأ

بإنشاء موقع للويب، فقد ثبت تقريباً أنه من المستحيل لأي شخص أن ينشئ موقعاً للويب قابلاً للحياة والنمو من الناحية التجارية، ما لم تكن تلك المواقع يملكها أحد عمالقة الإعلام الحاليين. ويؤكد ذلك الدليل أن تقنية الإنترنت كانت في طريقها لتعزيز التركيز وسط شركات الإعلام، بالإضافة إلى تعزيز حجمها الشامل. وتوصلت إحدى الدراسات الميدانية إلى أن تقنية الإنترنت - بعيداً عن كونها قوة التحويل إلى النظام الديمقراطي - تسمح لعدد كبير من المتنافسين في سوق متساوية نسبياً بالتنافس على ميدان لعب. فتقنية الإنترنت بدلاً من ذلك تعطي المواقع المسيطرة ميزة سريعة على منافسيهم، وحتى شركة مايكروسوفت مع مليارات الدولارات، في عملة نقدية صعبة تنازلت بفعالية، مقدمة قناعة لتقنية الإنترنت بعد إنفاق عدة ملايين من الدولارات على تقنية الإنترنت في أواخر التسعينيات.

فالتفسير بسيط، وهو أن عمالقة الإعلام يمتلكون عدداً من المزايا الهائلة، حيث إنهم يستعملون تقنية الإنترنت، ولديهم برمجة رقمية مجودة حالياً لوضعها على مواقع الويب، في الوقت الذي يكون من المكلف جداً إنتاج تلك التقنية من قبل المنافسين الجدد. وبإمكان عمالقة الإعلام إحضار شركات الإعلان إلى مواقعهم على الويب، الخاصة بهم، كجزء من عقودهم المبرمة مع وسائل إعلامهم التقليدية، ويمكنهم أن يعلنوا بكثرة عن أعمال مواقعهم على الويب بوسائل إعلامهم التقليدية، بطريقة ستكون تكلفتها محظورة على أي شركة إعلامية في بداية عملها في مجال تقنية الإنترنت، ولم يكن لها مخرج من مخارج الإعلام التقليدية. وأيضا يمتلك عمالقة الإعلام إمكانات هائلة مع الشركات المقدمة لخدمات تقنية الإنترنت، ومحركات البحث، والمداخل؛ للحصول على موقع مميز على شاشة الحاسوب.

وللتوصل إلى نتيجة نهائية، فإن عمالقة الإعلام قد استثمروا بكثرة، في شركات محتوى تقنية الإنترنت؛ للحصول على قطعة من الفطيرة (تعبير مجازي). وتعلم

شركات الإعلام أن بقاءها المطلق يتوقف على سيطرتها على الفضاء الخارجي المشفر؛ لكي تكون لديهم الرغبة والاستعداد لتحمل خسائر لمدة من الزمن أطول من المدة الزمنية الفعلية بكثير، والتي يتحمل فيها أي مستثمر قومي خسائر بدون شركات الإعلام الأخرى القابضة.

وإجمالاً، فإن هذه العوامل مثيرة للدهشة، وبالإضافة إلى أن الفضاء المشفر تستعمره شركات الإعلام العملاقة، فإنه يبدو أنه يذري ألسنة لهيب الاستخدام التجاري المفرط المتأصل في نظام الإعلام التقليدي، وغالباً ما تسلط مواقع الويب الإعلامية الضوء على التجارة الإلكترونية؛ كوسيلة للحصول على إيرادات، ولجذب شركات الإعلان. ولقد أثر الضغط التجاري على نظرية الفتات للسلامة التحريرية - إلى أبعد حد.

ولكن إلى أين سوف تأخذنا هذه النظرية؟

إن مواجهة قدر أكبر من ملكية الإعلام المركزة أكثر من ذي قبل، والمعايير المتدنية للصحافة والثقافة والترفيه ذات الصبغة التجارية المفرطة، والحياة المدنية المتدنية في ديمقراطية آخذة في الانكماش، والأمل الضئيل حول تقنية الإنترنت- كل هذا مدعاة للاكتئاب، أليس كذلك؟ وكل ذلك ليس هو نصف الحقيقة، فيبدو أن النظام يكاد يكون منفتحاً ومتقبلاً للتغيير. خذ في الاعتبار قوة ونفوذ أروقة الإعلام والاتصالات في العاصمة واشنطن، حيث إنها تستخدم بصفة روتينية مشرط حملة التبرعات لاستئصال العمود الفقري للسياسيين. وبموجب أي مقياس، فإن وسائل الإعلام المتحدة والاتصالات السلكية واللاسلكية وأروقة الكمبيوتر والاتحادات التجارية هي ضمن أكثر الاتحادات قوة في الأمة.

ولا تمتلك وسائل الإعلام المتحدة أكواماً من المال فقط، ولكنها تمتلك أيضاً الوصول إلى الجمهور، وهو الشيء الذي يشتهي السياسيون امتلاكه، ولو كان

لغيرهم. وأحد الأساليب المفضلة لكسب تأييد هيئة الإذاعة القومية (NAB)، والمجموعات الأخرى الكبرى المدافعة عن الإعلام - هو إحضار مديري محطات الإذاعة المحلية إلى واشنطن لمقابلة أعضاء الكونغرس. تصور الأثر المترتب على إجلاس أحد أعضاء الكونغرس مع شخص يمتلك السلطة، لاتخاذ قرار حول ما إذا كان وجهه سوف يلطخ شاشات التلفزة في مد سيطرته ونفوذه، وهذه هي فقط البداية. وفي عام ١٩٩٠م ذهبت هيئة الإذاعة القومية (NAB) إلى أبعد من هذا الحد، حيث استخدمت زوجات أعضاء الكونغرس في إعلاناتهم المتلفزة عن الخدمة العامة، وكما أشار أحد التقارير إنها عبارة عن طريقة هادئة لمزيد من التملق والمداهنة مع أعضاء السلطة التشريعية. وأخيراً، فإن وسائل الإعلام المتحدة تكون في موقف يمكنها من تقديم تغطية صحفية لأي حوارات حول سياسة الإعلام، ومن ثم تعريف الشيء الذي سوف يتعرض له الجمهور حول القضايا. وكان من المفترض أن تجعل هذه البطاقة الرابحة وسائل الإعلام المتحدة محسودة من قبل مجتمع الأعمال.

ليس الغرض من تأليف هذا الكتاب التمرغ في الكيفية التي تزداد بها الأشياء سوءاً، ولكن الغرض منه هو البدء في استكشاف كيفية قلب أو تحويل الاتجاه بخطط إستراتيجية عملية، للنشاط السياسي، والتنظيم والعمل المباشر. ولطالما كانت هذه ديمقراطية شرعية، فإن الأشياء لا ينبغي أن تكون بهذه الطريقة، ولدينا السلطة لتغيير النظام، وبناء بدائل مستقلة للنظام. ومن الممكن أن تعمل السياسة العامة على إعادة إعلامنا بفعالية للحد الذي يكون فيه مكوناً مهماً عملياً وغير ربحي وغير تجاري. وبمجرد أن تصبح وسائل الإعلام قضية سياسية أصلية بأسرع وقت، فإن القوى التي تحابي إصلاح الإعلام سوف تسود.

إننا قد لا نكون قادرين على تحويل النظام الإعلامي إلى نظام ديمقراطي بالكامل، ولكننا سوف نتقدم في هذا الاتجاه. (هذا هو السبب في أن شركات الإعلام

العملاقة تعمل دون توقف؛ لتضمن أن قضايا الإعلام لن ترى ضوء النهار). إذن، فإن إدراج قضية إصلاح الإعلام على جدول أعمال الجمهور هو العقبة الأولى والكبرى التي نواجهها. وهنا نواجه الدفاع المطلق عن الوضع الراهن لوسائل الإعلام، بعد أن فقدت كل الحجج الأخرى مصداقيتها.

فهذه هي النظرية القائلة بأنه لا توجد هناك أي طريقة أخرى لوسائل الإعلام لكي تعمل في مجتمع ديمقراطي، وعليه فإن قضية إصلاح وسائل الإعلام تعد قضية غير جديرة بالاهتمام. وهذا التحليل يخبرنا أن أي تغيير للوضع الراهن يجب أن يكون تغييراً نحو الأسوأ، وهذه نظرية قوية ومسببة للشلل في الوقت نفسه، وتحمل وزناً كبيراً بالولايات المتحدة الأمريكية، ليس فقط لإصلاح الإعلام ولكن للإصلاح الاجتماعي بصفة عامة.

ولكن بالنظر خارج الولايات المتحدة الأمريكية، فإنه يمكننا أن نرى الطبيعة الاحتيالية لهذه المطالبة؛ لأنه في البلدان الأخرى - تتحرك القوى الديمقراطية نحو معارضة نوع من نظام الإعلام، المتحد، المتمركز، ذي الصيغة التجارية المفرطة، التي نمتلكها بالولايات المتحدة. فالدروس المستفادة من الخارج توفر إحساساً قوياً حول الكيفية التي يستطيع بها الأمريكيون أن يعالجوا إصلاح إعلامهم في الولايات المتحدة الأمريكية، بطريقة إبداعية وبناءة.

الفصل الثاني

وسائل الإعلام العالمية ومصادر سخطها
Global Media and Its Discontents

"تعد الإذاعة مهمة جداً للممارسة الوظيفية للديمقراطية، ولكن يجب ألا تترك مهمة اتخاذ القرارات كلياً للمذيعين"

(توني بَين: Tony Benn) برلماني بريطاني

"تعتمد ديمقراطيتنا على الانسياب الحر للأفكار المثالية والمعلومات. وعند انسداد ذلك الانسياب، يكون وصولنا للمعلومات خاضعاً لسيطرة الأقلية والأثرياء، وعليه فإن قدرتنا على عمل خيارات مطلعة تتأثر كثيراً كما تتأثر ديمقراطيتنا. وهذا هو بالضبط ما يحدث عندما تستمر تكتلات الإعلام في زيادة حصتها من سوق الاتصالات، وهي محررة من قيود اللوائح أو السيطرة الحكومية. إن الديمقراطية التي تتمتع بصحة وعافية تتطلب جمهوراً من الناخبين يمتلكون المعلومة.

إننا نحتاج إلى سياسات تحدُّ من تركز الإعلام، وتضمن التبادل الثري للأفكار. ونعتقد أنه ينبغي تطوير وترويج تنوع التعبير عن الرأي، عن

طريق الحوافز الضريبية لمساعدة المجموعات المجتمعية - وكذلك الجمعيات التعاونية، أو قطاعات الأعمال - على الاستثمار في وسائل إعلام المجتمع، كما يجب ألا يُسمح لملاك الصحف بامتلاك شركات الإذاعة".

(البرنامج الانتخابي للحزب الديمقراطي الجديد بكندا - ٢٠٠١م).

"لا يمكن أن يكون هناك بلد ديمقراطي ومجتمع ديمقراطي - بدون حرية الصحافة".

(جوس راموس هورتا: Jose Ramos-Horta)،

فائز بجائزة نوبل، ووزير الشؤون الخارجية بجزيرة تيمور الشرقية

تسلط الصحيفة الأمريكية (Pubic Life) قليلاً من الضوء على الدور الذي يمكن أن تلعبه وسائل الإعلام الحرة والمتنوعة في تشكيل ديمقراطية حرة ومتنوعة حقاً، إلا أن وسائل الإعلام في البلدان الأخرى تعامل كقضية رئيسة. وحقاً إذا كان هناك قياس للجدية التي تأمل بها أمة من الأمم في إمكاناتها للتعامل مع القضايا الأساسية - فإنه يمكن القول أن ذلك القياس يوجد في عمق مناقشات تلك الأمة حول الإعلام والديمقراطية.

وبالتأكيد، فإن ذلك هو الوضع في جزيرة تيمور الشرقية، وهي الجزيرة الواقعة على المحيط الهادي، والتي تنظر إلى نفسها بفخر واعتزاز على "أنها أحدث الديمقراطيات في العالم". وفي شهر أغسطس من عام ٢٠٠١م برزت تيمور الشرقية - بعد ربع قرن من القمع المؤلم على أيدي الحكام العسكريين الإندونيسيين، وعقدت جولة تاريخية من الانتخابات الحرة لجمعيتها التأسيسية وتنافس أكثر من أربعة وعشرين من الأحزاب السياسية للحصول على موقع في المنافسة، حيث كان هناك إحساس قوي بأن الفائزين لن يحكموا فقط، ولكنهم في الحقيقة سوف يحددون نطاق وشخصية ديمقراطية تم طلاؤها حديثاً.

وفي هذه المنافسة الانتخابية، فإن قضايا الإعلام والديمقراطية لم تكن قضايا تجريدية أو نظرية، ولقد قيد العسكريون الإندونيسيون الحديث الديمقراطي في كل دور. وبعد أن صوت سكان تيمور الشرقية تصويتاً ساحقاً للاستقلال عام ١٩٩٩م، تم سلب وحرق مكاتب الجريدة اليومية الوحيدة بالإقليم، أثناء ثورة واهتياج من قبل الجنود الإندونيسيين والمليشيات المتحالفة معهم. لقد فهم القادة السياسيون والمواطنون في تيمور الشرقية فهماً جيداً أن وسائل الإعلام كانت قضية سياسية خطيرة، وقامت الأحزاب المختلفة بوضع بيانات تفصيلية عن السياسة، وبرامج انتخابية حول قضايا تنوع البث الإذاعي، وتركيز ملكية الإعلام، والدور الذي كان من المفترض أن تلعبه الحكومة الجديدة في تيمور الشرقية في تعزيز الانسياب الحر للمعلومات، وفتح باب الحوار، الذي يعد أساسياً في الديمقراطية.

وقام الحزب الذي اكتسح تلك الانتخابات، وهو حزب (فريتلين) بإصدار بيان رسمي يتضمن عبارات، مثل: "نحو استعادة الاستقلال وحرية شعبنا"، والذي احتك بقضايا المجتمع، من الرعاية الصحية إلى الإسكان، وإلى الدور الذي ستلعبه الأمة الجديدة في العالم. وقدم فصلاً كاملاً في بيانه يؤكد فيه أنه من أجل استعادة الحرية؛ فسيكون من الضروري "تحويل الإعلام إلى النظام الديمقراطي"، وينبغي أن تحظى عملية تحويل الإعلام إلى النظام الديمقراطي باهتمام شديد في سياسة التنمية القومية، كما ينبغي أن تهدف إلى توسيع نطاق حرية التعبير والصحافة.

وأعلن البيان الرسمي "أن إدارة حزب (فريتلين) سوف تناضل من أجل وسائل إعلام موضوعية ومستقلة للبحث عن الحقيقة الواقعية". وستواصل إدارة الحزب جهودها الحثيثة لتوسيع نطاق شبكات الإذاعة والتلفاز على نطاق قومي، وتضمن وصول المعلومات في الوقت المحدد إلى كل مواطن، وسوف يتبع حزب (فريتلين) سياسة قومية تؤيد تنويع مشغلي الإعلام، كطريقة لمحاربة الاحتكارات الخاصة أو الحكومية والدفاع عن حرية الصحافة.

وخلال أشهر الانتخابات أصدرت الحكومة التي يقودها حزب (فريتلين) دستوراً جديداً، متضمناً فصلاً يحتوي على مادة أساسية، تضمن حرية الصحافة والإعلام الجماهيري الأخرى، وهو أكثر تفصيلاً من التعديل الأول المدخل على الدستور الأمريكي. وتصرح الوثيقة التي تم سنها في تيمور الشرقية أنه سيتم حظر احتكار وسائل الإعلام، وتحدد الوثيقة أيضاً حقوق الصحافيين، معلنة أن الدولة سوف تضمن وجود خدمة الإذاعة العامة والتلفاز غير المنحاز؛ من أجل حماية ونشر الثقافة والقيم التقليدية لجمهورية تيمور الشرقية الديمقراطية، وضمان الفرص للتعبير عن مختلف مجالات الرأي.

"وتعد هذه الحقوق أساسية للديمقراطية الحقة"، كما فسر ذلك (فيرجيلليو دا سيلفا غوترس: Virgilio da Silva Guterres) رئيس رابطة الصحافيين بتيمور الشرقية، في بيان وضح فيه أن وسائل الإعلام الحديثة والمتنوعة - هي في مكان يوجد فيه قدر ضئيل من الغموض، حول ضرورة الصحافة الحرة لتطوير بلد حر.

وبالطبع كان (فيرجيلليو) محقاً في النظر إلى الحظر الذي فرضته تيمور الشرقية على احتكار وسائل الإعلام، وضماناتها لحقوق الصحافيين، ووعدها بتقديم خدمة بث إذاعي مفعمة بالنشاط، ومتنوعة وعامة؛ كمتطلب أساسي للديمقراطية الحقة.

إلا أنه من المؤكد أن ذلك البيان سيؤدي إلى إيجاد حوار - وربما "حوار ساخر" - في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث تتسع احتكارات الإعلام بسرعة خطيرة إلى أبعد حد، حيث يتم ضغط خدمات الإذاعة العامة إلى حد الخلل الوظيفي، من قبل السياسيين، والذين نجحوا، بتشجيع قوى من أروقة الإذاعة الخاصة، في خنق التمويل العام للبث الإذاعي العام.

وما بين خبرة الديمقراطية الآخذة في التوسع في تيمور الشرقية (حيث حققت انتخابات الجمعية العمومية لعام ٢٠٠١م نجاحاً باهراً بنسبة ثلاثة وتسعين بالمئة)،

والديمقراطية الآخذة في الذبول بسرعة في الولايات المتحدة الأمريكية (حيث كان من المتوقع أن يشارك حوالي ستة وثلاثين بالمائة من المقترعين الذين يحق لهم التصويت في المشاركة في انتخابات الكونغرس عام ٢٠٠٢م) - فهناك عالم مختلف، ولا يزال هناك حوار حقيقي حول الديمقراطية، هناك فهم بأن وسائل الإعلام هي قضية سياسية خطيرة.

وينبغي ألا نفاجأ عندما ننظر إلى ما يحدث للحوارات حول الإعلام في الخارج، فإننا نشاهد رغبة متنامية من جانب القوى الديمقراطية في تنظيم أنفسها ؛ لإجراء إصلاحات على الإعلام، التي تتحدى أنماط العولمة، وسيطرة الشركات. وأيضاً، فإن هذه الدعوات لإصلاح الإعلام تثبت بأنها دعوات شعبية للمصوتين، إذا لم تكن مع طبقة رجال الأعمال. وسنقوم في هذا الفصل بتحديد طبيعة نظام الإعلام التجاري البارز، وتيارات المقاومة الديمقراطية ضده. ونعتقد أن هناك دروساً تثقيفية - ملأى بالأمل وقوية - للأمريكان في هذه التطورات العالمية.

في البداية، دعونا ننظر إلى المستجدات التي استجابت لها حركات إصلاح الإعلام. فمنذ الثمانينيات تطورت سوق الإعلام العالمية ؛ نتيجة لإلغاء اللوائح من أسواق الإعلام القومية، ولتقنيات الاتصالات الحديثة، والضغط الثقيل من قبل الحكومة الأمريكية، ومجتمع الأعمال الدولي - ولذلك فإن وجه الإعلام قد تعرض لتغيير مذهل في كل بلد من البلدان على هذا الكوكب. وحيث إن أنظمة الإعلام كانت تفهم سابقاً كظواهر قومية مع دور بسيط تلعبه واردات الإعلام، فإن النظر إلى الإعلام اليوم كنظام عالمي مع أشكال قومية مختلفة يعد ملائماً بدرجة أكبر.

ونظام الإعلام العالمي هو عبارة عن عدد (أقل من مائة شركة) تقدم جزءاً كبيراً من وسائل الإعلام العالمية.

وهناك طبقتان مميزتان لهذه السلسلة من الإعلام، فالطبقة الأولى تتألف من حوالي عشرة تكتلات إعلامية متخطية الحدود القومية - (بما فيها شركات (أول تايم

وارنـر)، و(ديزنـي)، و(بريتلـسمان نيـوز كوربريـشن)، و(فيـاكوم)، و(سـوني)، و(فيفندي يونيفرسال) - وتجمع كل شركة من هـذه الـشركات مبلغاً يتراوح ما بين ١٠ إلى ٣٥ مليار دولار أمريكي في السنة في عائدات سنوية مرتبطة بالإعلام، وتميل هذه الشركات لتكون شركات مهيمنة على كثير من قطاعات العمل، وتمارس العمل التجاري في جميع أنحاء العالم.

أما الشركات الثمانون أو التسعون المتبقية فهي شركات أصغر حجماً، وتميل نحو التركيز على قطاع أو قطاعين من قطاعات الإعلام، ومن الأمور الأكثر احتمالاً أن تكون هذه الشركات مصادر تأثير قومية أو إقليمية.

وهناك فجوة كبيرة تفصل الطبقة الأولى من شركات الإعلام عن شركات الإعلام من أسفل الطبقة الثانية، فمثلاً: المبيعات السنوية لشركة (أول تايم وارنر) تزيد على المبيعات السنوية لأكبر خمسين شركة في العالم بمقدار خمسين مرة.

وكما يلاحظ أحد محللي وسائل الإعلام الرائدة، فإن شركة الإعلام العملاقة المتخطية للقوميات تضع أنظارها بصورة متزايدة على التوسع العالمي، ففي عام ١٩٩٩م مثلاً، قامت شركة (ديزني) بإعادة تنظيم هيكل شركتها بالكامل، لتوسيع وتقوية حضورها العالمي. وفعل شركة (ديزني) لهذا الأمر مفهوم، حيث يتوقع الخبراء أن دخل استوديوهات هوليوود الرئيسة - والتي تكسب حالياً حوالي نصف دخلها من خارج الولايات المتحدة الأمريكية - سيرتفع إلى الثلثين خلال الخمس إلى العشر سنوات القادمة.

ويظهر امتحان لأفضل عشرة أفلام في كل سوق من ثمانية أسواق قومية بعد الولايات المتحدة الأمريكية في صيف عام ١٩٩٩م، يظهر أن أفلام هوليوود - التي تنتج كل فلم منها على حدة عن طريق إحدى شركات الإعلام العملاقة من الطبقة الأولى - قد استأثرت بسبعين منها.

ولا ينبغي النظر إلى النظام الإعلامي العالمي كنظام واحد، حيث تغرق التكتلات المتخطية للحدود القومية، والتي مقرها الولايات المتحدة الأمريكية، أسعارها الموحدة على المشاهدين الجدد. وعلى العكس من ذلك، فإن عمالقة الإعلام يضعون محتواهم محلياً، كلما كان ذلك مجدياً، وهم على وشك الدخول في شراكة مع الشركات المحلية والمستثمرين المحليين في أسواق جديدة. وكانت استوديوهات شركة (سوني) - التي تتخذ من هوليوود مقرا لها - هي الأكثر عدوانية في إنتاج الأفلام، والمحتوى التلفزيوني المحلي، وهي تفعل ذلك في أوروبا، وأمريكا اللاتينية، وآسيا.

كما أن شركة (روبرت مردوخ) الإخبارية تُعد بمثابة الشركة الأم - مثل (بارجة الادميرال) - لتأسيس شركات تضامنية رئيسة مع الشركات المحلية عبر العالم، خصوصاً فيما يتعلق بالتلفاز البرقي، وتلفاز الأقمار الصناعية. وبحلول عام ١٩٩٩م، كانت صناعة السينما المحلية الهندية قد اخترقتها الشركات التضامنية مع الاستوديوهات التابعة لشركة (فوكس) للأخبار، وعديد من عمالقة هوليوود الآخرين.

والجزء المتبقي من أكبر الشركات الإعلامية يواجه التحدي، ويمضي في الانتشار عالمياً إلى حد بعيد. ولقد قامت شركة (ليبرتي ميديا) وشركة (مايكروسوفت) بضخ استثمارات ضخمة في أنظمة الكيبل العالمية من الطبقة الثانية، حيث وجدت أنه من الضروري التحرك فيما وراء أسواقها القومية أو الإقليمية؛ من أجل أن تنمو، وتتفادى القضاء عليها من قبل مزيد من المتنافسين ذوي الميول العدوانية.

كما أن هذا النمط من النمو والتركيز العالمي لا يقتصر بصفة حصرية على أكبر الشركات، والتي يتركز معظمها بالولايات المتحدة الأمريكية.

لقد أدى إلغاء القيود المفروضة على ملكية وسائل الإعلام القومية إلى فتح أسواق قومية للدخلاء، وسمح للشركات المحلية العملاقة بأن تزداد قوة أكثر من ذي قبل. فشركات الإعلام والاتصالات الأسبانية تغزو أمريكا اللاتينية بحثاً عن كنوز شركاتها، كما

أن أسواق الإعلام القومية الكبرى، مثل المكسيك والبرازيل والهند، يخضع كل منها لسيطرة عدد قليل من شركات الإعلام الضخمة. كما أن هذه الشركات تعمل جميعها في شركات تضامنية مع شركات الإعلام العملاقة المتخطية للحدود القومية.

ولا يمكن بأي حال من الأحوال وصف شركات الإعلام الرأسمالية الضخمة في العالم النامي – مثل شركة تلفزيون المكسيك، وشركة (برازيل غلوبال) – بأنها شركات "معارضة" لنظام الإعلام العالمي، فهي شركات مكملة ولاعبة في ذلك النظام.

وهذه العملية لا تجري فقط فيما كان يطلق عليه العالم الثالث. ففي بريطانيا شهدت صناعات التلفزة والصحف توحيداً هائلاً في السنوات الأخيرة، وتلعب الشركات الأمريكية دوراً بارزاً في الأسواق المتميزة باحتكار القلة. وحقاً، فإن معظم الأمم لديها عدد كبير من شركات الإعلام ذات الملكية المتركزة أكبر من عدد الشركات بالولايات المتحدة الأمريكية؛ وذلك إما بسبب قلة عدد السكان، أو المساحات الجغرافية. والعملية لم تنته بعد.

فمثلاً الاتحاد الأوروبي يساعد شركات الإعلام لتصبح قوى إقليمية فقط، وليس قوى عالمية. وكنتيجة لإلغاء اللوائح فقد كتبت صحيفة (نيويورك تايمز): "وفجأة سقطت صناعة التلفزة الأوروبية في قبضة التوحيد ذي الأسلوب الأمريكي". وبالإضافة إلى شركات الإعلام العملاقة من الطبقة الأولى، مثل (نيوز كورب)، و(بيرتلزمان)، فالتلفزيون الأوروبي يسقط في أيدي عدد قليل من الشركات الإقليمية العملاقة، مثل: (بلس: Plus)، و(اس بي اس: SBS)، و(فينست: Fininvest). وتأْمَل هذه الشركات في استخدام قاعدتها الأوروبية كأساس للتوسع النهائي داخل الولايات المتحدة الأمريكية، إما مباشرة أو عن طريق شركات تضامنية.

وثمة تطور آخر، هو العمل يداً بيد مع تركيز وسائل الإعلام العالمية، ونهوض صناعة الإعلان العالمية بدرجة عالية. وخلال العقد الماضي اتحدت صناعة وكالات

الإعلان بمعدل أكبر من معدل توحيد صناعة الإعلام، وهي تخضع حالياً لسيطرة عدد من الشركات العالمية العملاقة، ويتراوح ذلك العدد من ثلاث إلى ست شركات، تقوم بتقويم الشركات المتبقية، التي تلعب دوراً في مجال الإعلام، وتميل هذه الشركات العملاقة إلى تأسيس فروع لها في كل سوق من الأسواق الرئيسة، وتمثل بصورة متزايدة العملاء الذين يحتاجون إلى حملات تسويق عالمية. وتجد وكالات الإعلان العملاقة هذه أن وسائل الإعلام العالمية العملاقة هي الأفضل من ناحية الوضع؛ لتمكين وكالات الإعلان الضخمة من الوصول العالمي إلى مطالبهم وعملائهم.

وفي عامي ٢٠٠١ و٢٠٠٢م على التوالي، مرت عديد من شركات الإعلام العملاقة المزدهرة بأوقات عصيبة. وابتداء من شركة (فيفندي يونيفرسال) و(كيرش) إلى (أول تايم وارنر) و(نيوز كوربوريشن) فلقد تصاعدت أسعار الأسهم بينما انهارت الأرباح. إلا أنه في معظم الحالات، لا تزال أعمال الإعلام الأساسية مربحة. وكانت المشكلة أن هذه الشركات دفعت مبالغ طائلة في عدد من الصفقات الباهظة الثمن، أثناء ازدهار توسع تقنية الإنترنت في أواخر التسعينيات. والنتيجة هي تحقيق بعض المبيعات الهائلة، وتعديل الأصول وسط (الأولاد الكبار)، ولكن مع عدم تغير في التشغيل المنطقي للنظام.

وحتى الآن، فإن ما قدمناه في هذا الفصل ربما لا يكون معروفاً على نطاق واسع إلا أنه مثير للجدل. إن صفحات العمل التجاري والمنشورات التجارية بهذه المعلومات - بصفة يومية، وإذا قدر لنا أن نترك النقاش عند هذه النقطة، فإن المستثمرين ربما يكونون هم الجمهور الوحيد الذي له مصلحة مباشرة في الموضوع. إننا لا نناقش السوق الواسع الانتشار هنا أو بعض التعهدات التجارية الأخرى، ولكننا نناقش وسائل الاتصالات، وتوزيع المعلومات، وقوام حياة الصحافة والثقافة، وتبعاً لذلك أساس الديمقراطية.

وكما ناقشنا في الفصل الأول فإن أكثر الطرق المثيرة للاهتمام لتصور الآثار السلبية لسوق الإعلام التجاري العالمي تكون في غاية البساطة. وحيث إن قوة أكبر الشركات تنمو، فإنها تستخدم القوة لإضفاء الصبغة التجارية على المحتوى الإعلامي إلى أكبر حد ممكن، إذا كان ضرورياً، لحماية مصالحهم الشخصية، كما أنهم يشوهون سمعة نظرية الخدمة العامة التي قد تتدخل مع أيٍّ من تلك الأهداف.

ويأخذ هذا الهجوم على الخدمة العامة أشكالاً عدة، حيث إن إلغاء اللوائح ونهوض سوق الإعلام التجاري يلقيان الضوء على مستقبل البث الإذاعي للخدمة العامة ويعرضانه للخطر. فلقد بدأ مذيعو الخدمة العامة التقليديون، مثل هيئة الإذاعة البريطانية، يظهرون مثل أوتاد مربعة الشكل، في عالم مليء بالثقوب الدائرية. كما أنهم يتعرضون لضغوط متزايدة لتبني ممارسات الشركات التجارية؛ من أجل تحديد فعاليتهم واستحقاقهم، ولكن عندما يصبحون مذيعين تجاريين فإنهم يفقدون السبب وراء وجودهم. بل إنهم يُنتقدون علناً لكونهم منافسين يحصلون على إعانة حكومية للوسائل التجارية المسيطرة حالياً. وتطلق مجلة (الإيكونومست) على هذا الشيء لقب "المشكلة المحيرة" للبث الإذاعي للخدمة العامة: "فإذا ذهبتْ في اتجاه السوق، فإنه لا يوجد أي شخص يشاهدها، فلهذا سيصعب عليه تبرير التمويل الحكومي. وإذا ذهبت أسفل السوق، فإنها لم تعد تبدو كأنها بث إذاعي للخدمة العامة، فإذن من الصعب إيجاد مبرر للتمويل الحكومي". إلا أن هناك تغييراً حاسماً مفترضاً في تلك الصياغة.

وفي أفضل الأحوال، فإن المذيعين الحكوميين قد سعوا إلى تقديم خدمة، ذات درجة عالية من الجودة، وغير تجارية، لكامل السكان، بصرف النظر عن الذي كانت تفعله وسائل الإعلام التجارية. وهذا جعل بإمكان المذيعين الحكوميين كسب أعداد غفيرة من المشاهدين في الوقت الذي يقدمون فيه معايير غير تجارية.

وفي هذا العهد الجديد، حيث تتجشم شركات الإعلام العملاقة الصعاب مع الحكومات - فمن المتوقع أن يقدم مذيعو الخدمة العامة برامج شعبية للمصالح التجارية، وأن يركزوا على تلك البرامج والتي لا يوجد لها عدد كبير من الأسواق. وهنا ستُخلَق حلقة مفرغة، حيث تكون مخارج البث الإذاعي الحكومي غير قادرة على التنافس لإرضاء المشاهدين، فلقد طلب منهم التخلي عن الدعم التجاري، إلا أنهم يتعرضون في النهاية للتهديد بالخصخصة.

وإلى أن يُزوَّد المذيعون الحكوميون مرة ثانية، بالموارد والأوامر، لتقديم برامج غير تجارية، لأعداد كبيرة من المشاهدين - فإنهم يصلون إلى طريق مسدود. فهم ربما يستمرون ككيانات شبه تجارية، إلا أنهم لن يستمروا كمذيعين أصليين لتقديم الخدمة العامة.

وهناك مثال توضيحي مأخوذ من نيوزيلندا، فبعد أن باعت الحكومة معظم محطات الإذاعة النيوزيلندية إلى مستثمري القطاع الخاص، بدأت الشكاوى تُثار - أنه كان من المكلف جداً المحافظة على النظام المحترم؛ لتشغيل عملية جمع الأخبار. ولخص (جيم أندرسون) عضو البرلمان النيوزيلندي الموقف كالآتي: "تعرضت إذاعة نيوزيلندة للأخبار للضغط؛ وذلك لسبب بسيط، وهي أنها لا تقوم بتقديم الأخبار إلى أي شخص آخر، بخلاف إذاعة نيوزيلندا وهي محطة إذاعة وحيدة وفعالة، تحاول دعم شبكة من غرف الأخبار على نطاق قومي، وليس من المستغرب أنها تواجه الضغط".

إن الدفاع عن البث الإذاعي الحكومي وإصلاحه على حلول أقل بيروقراطية - يعد أحد الأركان الأساسية لحركات إصلاح وسائل الإعلام على نطاق عالمي. وهناك إحساس متزايد بأننا على حافة فقدان مصدر ثقافي فريد من نوعه، ولا غنى عنه، وهو قلق تعبر عنه جيداً كلمات سناتور أسترالي أثناء حوار حول تمويل هيئة الإذاعة الأسترالية: "إن حرمان هيئة الإذاعة الأسترالية من مواردها المالية، يعني أن هيئة

الإذاعة الأسترالية لن تكون قادرة على شراء الحقوق في نطاق كامل من المحتوى، بما في ذلك الرياضة، كما أنها لن تكون قادرة بصفة خاصة على تقديم محتواها الذاتي".

وفي الولايات المتحدة الأمريكية فإن النتيجة المذهلة والمهمة لسوق الإعلام العالمية التجارية - هي الهجوم على الصحافة، وتقليل قدرتها على العمل، كأساس لكافة المواطنين المطلعين والمشاركين.

دعونا نكون واضحين هنا: إننا لا نلقي باللوم على نظام الإعلام العالمي في جميع العيوب التي تشوب مهنة الصحافة؛ لأن إنشاء نظام إعلامي يعزز صحافة وثقافة سياسية حرة الحركة، ومستقلة، وواسعة النطاق، ومفعمة بالنشاط والحيوية - ليس بالأمر السهل، على الرغم من أن شيئاً ما يجب على كافة المجتمعات الديمقراطية التطلع إلى تطويره. كما أن أنظمة الصحافة القومية من قبل، وبالتزامن مع النظام التجاري العالمي، كانت ولا تزال أحياناً مناسبة لأداء هذه الوظيفة، إلا أن كثيراً من تلك الأنظمة فشلت في أداء تلك الوظيفة.

ودائماً ما كان يمتلك وسائلَ الإعلام أفرادٌ أثرياء، أو شركات ثرية تقوم بمراقبة الصحافة بوضوح لدعم سياستها الرجعية في العادة، كما هو الحال في تركيا اليوم. وغالباً ما كان المذيعون الحكوميون والمذيعون التجاريون في عديد من الأمم عبارة عن (وصيفات) للأحزاب والمصالح السياسية المسيطرة. وفي أماكن مثل المكسيك وبيرو والبرازيل اتجه المذيعون التجاريون المسيطرون إلى المعايشة مع الأحزاب السياسية المسيطرة والمؤيدة للعمل التجاري؛ لاستخدام قوة إعلامها بعدوانية، وبدون حياء؛ للمحافظة على الأحزاب المفضلة في السلطة. وغالباً ما كان المحررون والمخبرون في وسائل الإعلام المنشقة، والذين ناضلوا ببسالة من أجل النظام، وقدموا تقارير حول أولئك الذين هم في السلطة - غالباً ما كانوا يجدون أنفسهم معتقلين، أو على وشك الاستسلام، أو على مدى البندقية أو المدفع. واليوم تستمر هذه الممارسات عبر العالم.

خذ في الاعتبار قضية فنزويلا، حيث إن الدفاع الشعبي للرئيس المنتخب (هيوغو شافيز)، باسم "برامج لمساعدة الجماهير الغفيرة الفقيرة في بلده" - تتناقض مع أجندة الليبرالية الجديدة بخصوص الصحف ومحطات التلفزة المملوكة للقطاع الخاص. وكان من المفترض أن تنال التغطية الصحفية الممنوحة للرئيس شافيز من قبل هذه "الصحافة الحرة" المملوكة للقطاع إعجاب جوزيف جويل أو جوستالين العميق. وعندما أطاحت الشركات ونقابات العمال الفاسدة والأحزاب داخل القطاع العسكري بالرئيس شافيز في انقلاب عسكري في شهر أبريل ٢٠٠٢م، فقد جاء أحد العناوين الرئيسة في أحد أكبر الصحف القومية أن الانقلاب العسكري كان "خطوة في الاتجاه الصحيح".

وألقت أعمدة الصحف وتعليق البث الإذاعي باللوم على شافيز لإطلاقه الرصاص على المتظاهرين، مما أرداهم قتلى في يوم الانقلاب. وقامت بسرعة بإحالة الرئيس المطرود إلى مزبلة التاريخ. وقالوا إن التاريخ يعلي مكانة الرجال أو يدفنهم، فلقد احتفظ التاريخ بحفرة بجانب القادة الفنزويليين المدانين بارتكابهم الأعمال الوحشية، أعلنت ذلك صحيفة (إل ناشونال L. National). وتم التعبير عن مشاعر مماثلة في افتتاحيات حماسية ظهرت في صحيفة نيويورك تايمز والصحف الأمريكية الأخرى.

ومع أن الانقلاب كان ذا شعبية لدى أقطاب الصحافة، فإنه ثبت أنه كان أقل إثارة للإعجاب في شوارع (كاركاس) والمدن الفنزويلية الأخرى. وحتى على الرغم من أن تقارير إقالة شافيز كانت تعد كأخبار عظيمة، فإن الشوارع كانت ملأى بمواطنين يطالبون بإعادة رئيسهم المنتخب إلى منصبه. وعندما زادت الاحتجاجات توقفت وسائل الإعلام عن تغطية الأخبار، وتوقفت الصحف عن الصدور، وتم نزع محطة التلفزة الحكومية. وبدأت المحطات المملوكة للقطاع الخاص في إظهار اتجاه سائد مستمر من الأوبرا الصابونية. (مسرحيات إذاعية أو تلفزيونية، مسلسلة، تعالج مشكلات الحياة المنزلية).

ولم يتلق الفنزويليون أخباراً عما كان يحدث في بلدهم إلا عندما استولى المحتجون على محطة التلفزة الحكومية. ولقد قدم الأكاديمي البريطاني (جون بيزلي – موري) تحليلاً للأحداث في فنزويلا – إلى مؤتمر أمريكا الشمالية حول أمريكا اللاتينية: "إذ عاد التلفاز الحكومي على نحو ما يثير الحيرة إلى الموجات الهوائية"، وكتب بيزلي– موري الذي كان موجوداً في فنزويلا أثناء وبعد الانقلاب: "إن الذين احتلوا محطة التلفزة الحكومية كانوا ارتجاليين على نحو يائس بشكل واضح، وكان ذلك واضحاً في توازن اللون لصور الاستديو، حيث كانت أيدي الهواة تمسك بالكاميرات، وكان يبدو أن هناك ميكروفوناً واحداً يعمل، وأولئك الأشخاص الجالسون خلف منضدة مقدمي البرامج عصبيون، وكان أحدهم يحرك يديه بإكراه ممسكاً بشيء ما على المنضدة والآخر يهتز وهو ممسك بالميكروفون، وكان هناك اثنان من الصحافيين أحدهما قسيس(مؤيد لمذهب الحرية الدينية) وكاهن وعضو كونغرس من الحكم العسكري السابق، وتحدث الكاهن أولاً وبسرعة شديدة، كما قدمت نسخة من النهاية العنيفة لموكب الخميس التي اختلفت اختلافاً مطلقاً عن الرواية التي قدمتها وسائل الإعلام لتبرير الانقلاب العسكري، وكان غالبية الموتى مؤيدين لشافيز (وليسوا محتجين من المعارضة)، وكان القناصة الذين يطلقون النار على الحشود أعضاء في قوات الشرطة غير الخاضعة لسيطرة النظام العسكري. بالإضافة إلى أن الرئيس السابق لم يستقل، ولكنه أجبر على الذهاب إلى قاعدة بحرية في جزيرة تقع إلى الشمال، وكان الرئيس الحالي كارمونا الرئيس غير الشرعي لنظام عسكري فعلي، والذي كان نتاجاً لانقلاب عسكري، وكان هناك آلاف الناس في الشوارع خارج القصر الرئاسي يطالبون بعودة شافيز، وكانت هناك رواية مضادة تبرز إلى السطح".

"إذ تقدم عضو الكونغرس باستئناف مباشرة إلى أصحاب ومديري محطات التلفزة الأخرى لتصوير ماذا كان يحدث في (كاركاس)، ولم يبدُ أي تغيير على تلك

القنوات الأخرى، إلا أن معظمها عاد إلى برمجته النظامية، ثم ذهبت القناة الحكومية أدراج الرياح".

وأعطى بيزلي- موري عنواناً لتحليله "الثورة لن تكون متلفَزة"، إشارة إلى أغنية مشهورة يؤديها (جيل سكوت هيرون). وتماماً كما تنبأ الشاعر المهتاج، وكاتب الأغنية - فإن الثورة قد نجحت على الرغم من كبت وسائل الإعلام (عن طريق الرقابة على المطبوعات)، وعندما عاد شافيز إلى السلطة فإنه لم يعاقب الإعلام. إلا أن مواطني فنزويلا اعتمدوا على تقنية الإنترنت والهواتف الجوالة والتقنيات الأخرى؛ لنشر كلمة المحتجين، فلقد تعلموا درساً قوياً عن الاتجاه السائد الذي وقفت عليه وسائل إعلامهم حول مسألة الديمقراطية. كما أن التشجيع من جهة الصحف الأمريكية ومعلقي التلفاز، كان بمثابة مذكرة من أن عواطف أولئك الأشخاص الذين يستمتعون بحرية الصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية، فإنهم لا يكذبون مع أولئك الأشخاص الذين يسعون للمحافظة على الحريات الأساسية والديمقراطية في الأراضي الأخرى.

ومن الناحية النظرية، فإنه كان ينظر إلى نهوض شركات الإعلام العالمية العملاقة كشيء إضافي لكثير من البلدان، وهذه المنظمات سوف تستخدم أموالها وسلطتها وهيبتها؛ لجلب الصحافة المحايدة والمهنية وغير الحزبية إلى الأمم التي تتعطش لتلك الصحافة. في الحقيقة، وإلى الحد الذي تؤثر فيه العولمة على لوائح وسائل الإعلام القومية؛ لتقويض الرقابة على الأخبار - فإن ذلك شيء جيد. فالحقيقة المحزنة هي أن معيار الصحافة التي تقدمه هذه الشركات العملاقة يميل نحو كونه معياراً يبعث على الأسى. فعندما تحاول الصحافة فعلياً المحافظة على المعيار، فإنه سرعان ما تعلم أنها لن تتمكن من التكيف مع أرضية الإعلام الجديدة.

وحتى عام ١٩٨٦م كان (روبرت فيسك) الكاتب الفائز بالجائزة، مراسلاً لجريدة التايمز اللندنية في منطقة الشرق الأوسط. ولقد ترك العمل بالجريدة، بسبب -

كما يقول -: نوعية الصحافة، بل بسبب انعدام النوعية المطلوبة من قبل صاحب جريدة التايمز (روبرت مردوخ). "فإنني لن أقبل روح مؤسسة مردوخ، وللمرة الثانية كنت أكتب ضد افتراضات الصحيفة، وكنت في موقف شاذ عندما لم ترغب جريدة التايمز في أن أترك العمل، ولكنهم سيجدون أنفسهم في موقف محرج إزاء المحتوى الذي كتبته. وجريدة التايمز هي مثال للذي حدث لعدد كبير من الصحف في بريطانيا وأوروبا، التي أصبحت خاضعة لسيطرة الصحافة المصغرة لمذيعي نشرات الأخبار بالتلفاز والإذاعة، والتي تستغرق دقيقة واحدة".

وينبغي ألا تكون هناك مفاجأة، أن نعرف بأن مذيعي الأخبار في الراديو والتلفزيون والمحررين المرتبطين بوسائل الإعلام العملاقة - هم نادراً ما يكونون من أولئك المذيعين والمحررين الذين يظهرون كمذيعين ومحررين معتقلين، أو مقتولين في القائمة السنوية المنشورة من قبل لجنة حماية الصحافيين. علماً بأن وسائل الإعلام العملاقة غير مهتمة بمتابعة القصص الخطيرة، والتي يكلف التحقيق فيها كثيراً من الوقت والمال، وتدر قدراً ضئيلاً من الأرباح المالية، ويمكن أن تثير حفيظة السلطات الحكومية، التي يريد أقطاب الإعلام البقاء على علاقات جيدة معها ولكن دون جدوى. والشيء الأكثر دلالة لهذا الاتجاه هو الطريقة التي بواسطتها سقطت أكبر الشركات الإعلامية في العالم على أنفسها لمحاولة إرضاء حكومة الصين. وتم عرض حملة (ديزني) و(نيوز كوربوريشن) لإرضاء الحكام الصينيين، عن طريق (ترطيب) صحافتهم وعملياتهم، ثم عرض تلك الحملة في مكان آخر، ودخلت (تايم وارنر) و(فياكوم) النزاع في خريف عام ١٩٩٩م. فالشيء الذي توضحه هذه الأحداث هو أنه لا يمكن توقع أي نظام عملي للصحافة تحت سلطة نفوذ المنظمات التجارية الضخمة ذات المصلحة الذاتية.

وأكثر تجليات نهوض وسائل الإعلام التجارية العالمية لم تكن في ظهور صحافة الإعلام، ولكنها كانت في ثقافة المستهلك الواسعة النطاق والشعبية؛ نظراً لأن فائدتها

تُمتَصّ في الإعلانات التجارية. وتقرير تلو تقرير يعرض أحداثاً للنقلة السريعة والمذهلة في الثقافة حول العالم، خصوصاً وسط الشباب من الطبقة الوسطى والطبقة العليا، حيث إن نظام الإعلام التجاري يصنف نظام التلفزيون لكل أمة على حدة. وهذا جيل وقع تحت ضغط وسائل الإعلام التي يستهلكها، والتي هي مادية بوقاحة وأنانية، وملأى بنظام أو شكل الحكومة، وخالية من الضمير الاجتماعي، إلى الحد الذي يجد فيه المرء أن هذه القيم تسبب مشاكل للديمقراطية، والتي يجب علينا أن نهتم بها.

ويعد نظام الإعلام التجاري بمثابة مسمار العجلة المنطقي لعولمة اقتصاد السوق. خذ في الاعتبار حالة جمهورية التشيك قبل عقد من الزمان فقط، إذ قاد جيل الشباب الثورة المخملية ضد الحكم الشيوعي تحت شعار "يجب أن تسود الحقيقة والحب على الأكاذيب والكراهية"، وبعد عشر سنوات، أقرت صحيفة (وول ستريت) بأن جمهورية التشيك قد تحولت إلى مستنقع للأخلاق الفاسدة، حيث إن الاندفاع المفقد للأعصاب نحو السوق الحر قد أدى إلى خلق مجتمع يتسم بالجشع والأنانية والفساد.

ويبدو أن نوع الثقافة السياسية المصاحبة لنهوض نظام الإعلام المتحد على نطاق العالم - يبدو وبصورة متزايدة مثل نظام الإعلام المتحد الموجود بالولايات المتحدة الأمريكية: ففي مكان الحوار المطلع والأحزاب السياسية المنظمة على طول نطاق كامل من الرأي، فإنه ستكون هناك صحافة وانتخابات فارغة وباطلة، تسيطر عليها العلاقات العامة والأموال الطائلة والإعلانات السياسية المغفلة والحوار المحدود حول قضايا ملموسة. إنه عالم تسيطر فيه قيم السوق والقيم التجارية على نظريات الديمقراطية والثقافة المدنية، وهو عالم تنتشر فيه ظاهرة إلغاء نظام أو شكل الحكومة بعنف، وهو عالم يواجه فيه قليل من الأثرياء عدداً أقل فأقل من التحديات السياسية.

وبسبب هذا السياق، فإن كثيراً من الناس حول العالم يتنظمون لإصلاح أنظمة إعلامهم؛ لتخدم الاحتياجات الديمقراطية لعدد كبير من المواطنين. وهذه الحركات

عديدة ومتنوعة، وهي تحدث من مستويات محلية وقومية وإقليمية وعالمية، وتظل بدون تنسيق بدرجة كبيرة، عدا أنها جميعها تشترك في القيم الأساسية فيما يتعلق بوسائل الإعلام.

وهم يفهمون أن نظام وسائل الإعلام المتحدة يحترم في كثيرٍ من الجوانب جيشَ النظام الاقتصادي الإعلامي المتقدم، الذي يعتمد على تحقيق أرباح، بصرف النظر عن الآثار الاجتماعية والبيئية. ولقد حقق هذا النظام الاقتصادي العالمي (السوق الحر) مزايا كبيرة لبعض الناس (عادة الأثرياء جداً)، ومزايا ملحوظة لعدد أكبر من الناس (عادة الطبقتين الوسطى والعليا)، إلا أنه جاء بتكلفة مرتفعة جداً.

وتزداد عدم المساواة الاجتماعية في كل أمة تقريباً، كما هو الحال بالنسبة للفجوة بين الأمم الغنية والأمم الفقيرة، وبالنسبة للبقية العاملة والفقراء وخصوصاً النساء، فمن الممكن أن تكون نتائج (السوق الحر) العالمي مأساوية لهم.

ونظراً للروابط الواضحة بين نظام وسائل الإعلام المتحدة والنظام الاقتصادي العالمي، فإن إصلاح الإعلام ينظر إليه كثير من النشطاء السياسيين حول العالم – كجزء ضروري من أي برنامج ديمقراطي سياسي، ونادراً ما ينظر إليه كقضية وحيدة لنشاط الإصلاح. وفي بلد تلو آخر، فإن إصلاح الإعلام يُدمج داخل البرامج الانتخابية والحملات الانتخابية والمبادرات البرلمانية للأحزاب السياسية، التي ترفض العمل على إنكار الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في الديمقراطية. وهذا يعد أمراً أساسياً – بدرجة مطلقة – للنجاح.

وعلى الرغم من أن النشاط السياسي في الإعلام يجب أن يأخذ أشكالاً عديدة، فإنه يمكن ربط إصلاح الإعلام بالقضايا الواسعة النطاق للعدالة الاجتماعية؛ وذلك بأكثر الطرق فعالية، عندما يتم تأييد ودعم الأحزاب السياسية والحركات الجماهيرية المرتبطة بها. وهذا بالطبع يعد خطوة أساسية مطلوبة لتقديم الدعم الضروري للنجاح،

وتعد الأحزاب السياسية أدوات مهمة لدفع قضايا إصلاح وسائل الإعلام داخل الحديث العام. ومن غير شك، فإن هذا هو الدرس الوحيد الأكثر أهمية، والقادم من الخارج؛ لكي يتعلمه الأمريكان فيما يتعلق بإصلاح وسائل الإعلام.

وبالطبع سيكون من غير المناسب من الناحية الرومانسية التأكيد بأن إنشاء سوق الإعلام التجاري العالمي كان في خط متوازٍ مع الاستجابة السياسية لقوة متساوية من ناحية التحديد. ولم تصل التحديات التي تواجه الاحتكار وإضفاء الصبغة التجارية على الإعلام حتى الآن - إلى كتلة مهمة في أي أمة، إذا غضينا الطرف عن المقياس الدولي. والذي يجعل وسائل الإعلام العملاقة ترتجف، مثل ما حدث للحملة ضد التعديل الوراثي للأطعمة، التي جعلت التكتلات متعددة الجنسيات، مثل (مونسانتو)، ترتجف في السنوات الأخيرة. وحقاً، فإن إحدى المآسي الكبيرة فيما يتعلق بالنشاط السياسي في الإعلام، هي أنه عندما أسرعت عمليات العولمة والتكتل وإضفاء الصبغة التجارية على وسائل الإعلام في أوائل التسعينيات، فإن كثيراً من الأحزاب التقليدية في اليسار قد تخلت عن المقالات النقدية الخاصة بوسائل الإعلام التجارية، التي كانت من الناحية التاريخية ضمن قيمها الرئيسة.

فخذ كمثال: حزب العمال البريطاني، فطوال مدة طويلة من تاريخ حياته كان عبارة عن تجمع اشتراكي بصورة واضحة، وقام برعاية مبدأ الشك فيما يتعلق بعمالقة وسائل الإعلام، داخل بريطانيا العظمى وخارج حدودها، وقام الحزب بإظهار قدر قليل من الحذر؛ نظراً لاستهدافه من قبل صحافة المحافظين منذ أيامه الأولى؛ وذلك لاقتراحه وضع ضوابط صارمة على احتكار الإعلام، وتدشين حملة لإنشاء سلطة بث إذاعي قوية وممولة علناً، كما أنه أظهر أيضاً ميلاً وولعاً بالعمل المباشر حول أكشاك بيع الجرائد. وكان حزب العمال من حين إلى آخر، خلال تاريخه المبكر، يقوم بنشر جريدته اليومية ذات التداول الكبير باسم (ديلي هيرالد Daily Herald)، مثلها مثل صحيفة حزب

الديمقراطيين الاشتراكي الألماني (فوروارتز)، وصحيفة الاشتراكيين الفرنسية (لوهامينت)؛ فقد نافست بنجاح كبير مع المنشورات المملوكة لأقطاب الصحافة.

وفي السبعينيات والثمانينيات فإن وزراء ممثلين لحزب العمال، أمثال (توني بَين) كانوا في مقدمة حوار قصير لنقاش جاد، حول الدور الذي ربما تلعبه الحكومة لضمان التنوع المنطقي في الطباعة والإعلام والإذاعة. ويتذكر (توني بَين) إذكاء نار حوار قومي حاد في السبعينيات، بالإعلان بأن يعد البث الإذاعي مهماً جداً لوظيفة الديمقراطية؛ لكي تترك مهمة اتخاذ القرارات كلياً للمذيعين، وأحدثت معركة (توني بَين) صدى واسعاً مع نشطاء حزب العمال، وحراس الإعلام، الذين دشنوا حملة ابتكارية لبريطانيا للصحافة وحرية البث الإذاعي عام ١٩٧٩م.

وطوال حقبة الثمانينيات أبدى حزب العمال صراحة متناهية، نحو مقترحات حملة حرية الصحافة والبث الإذاعي، التي أكدت الحاجة إلى تقوية هيئة الإذاعة البريطانية، وتنويع ملكية وسائل البث الإذاعي، والطباعة، وتحدي سيادة تكتلات الإعلام. وفي وقت متأخر من عام ١٩٩٢م استمر حزب العمال في تأييد ما تعده المعايير الأمريكية إصلاحاً جذرياً في وسائل الإعلام. واحتوى برنامج حملة عام ١٩٩٢م لحزب العمال على قسم مطول حول "وسائل الإعلام"، فأفاد بأن حزب العمال يريد خياراً واسعاً للمستمعين والقراء، في وسائل البث الإذاعي، ووسائل الإعلام المطبوعة، وأن تطوير قدر أكبر من التنوع والتعامل مع قضية تركيز الملكية، سيضمن خيارات واسعة. وتلا ذلك الالتزام بمقترحات محددة للتمويل الكامل لهيئة الإذاعة البريطانية، ووضع ضوابط للاحتكار؛ لمنع تركيز ملكية الصحف والإذاعة، وحشد من الخطط الأخرى.

وبحلول فترة التسعينيات أصبح حزب العمال مرتاحاً بصورة متزايدة لوسائل الإعلام الكبرى، ورأى النهوض السياسي لـ(توني بلير) وحلفاء (حزبه الجديد) الحزب

الذي سبق أن انتقد وسائل الإعلام الكبرى على أنها لا تعدو أكثر من كونها أداة لوصف "الأفعال الطائشة للأغنياء العاطلين"، فإذا به يتحرك إلى اليمين نحو حزب المحافظين الذي ترأسه (مارجريت ثاتشر) و(جون ميجور) حول قضايا وسائل الإعلام، وأدى تنازل حزب العمال عن موقفه التقليدي إلى خلق "شؤون مقلوبة رأساً على عقب"، بناء على ما ذكره الصحافيان البريطانيان (وان غليتسر) و(أندرو كلف) عام ١٩٩٦م: "قامت حكومة المحافظين بوضع حد يمثل عشرين بالمئة من القيود المفروضة على مجموعات الصحف، على تنويع نشاطها، ليشمل التلفاز، في الوقت الذي اتحد فيه حزب العمال مع الجناح الأيمن لمتمردي حزب المحافظين لرفع القيود جميعها"، وبصورة فعالة أصبح حزب العمال مدافعاً عن تكتل واحتكار الإعلام. وفي نفس الوقت تقريباً سافر (بلير) إلى أستراليا للاجتماع مع (روبرت مردوخ)، والذي ما لبث أن قام بتحويل اتجاه صحيفة (ذا صن) من صحيفة تساند بحماس موقف حزب المحافظين بزعامة (مارجريت ثاتشر) إلى موقف التأييد المتقد والحماس لحزب العمال الجديد برئاسة (توني بلير). وبحلول عام ١٩٩٩م أصبح (بلير) يتبنى قضية (مردوخ) مستخدماً دوره كرئيس وزراء بريطانيا لتأييد ودعم الطموحات التجارية لـ(مردوخ) في كلٍّ من إيطاليا والصين.

ومع نهوض الأيدولوجية التي ابتدعها (بلير) والمسماة (الطريقة الثالثة)، والتي تتميز بتأييدها لحلول السوق والتجارة الحرة، وتناقص الدور الحكومي في تنظيم الاقتصاد بصفة عامة، والشركات بصفة خاصة - فقد تنازلت أحزاب اليسار القديمة في معظم الأحيان عن التزاماتها بتحدي احتكارات الإعلام الخاصة، واستخدام السياسات الحكومية، والإنفاق لتطوير نوع من وسائل الإعلام المتنوعة أيدولوجياً، والتي تدعم الديمقراطية.

وانضم المستشار الألماني (جرهارد شرودر)، وحشد من زعماء الأحزاب الاشتراكية الديمقراطية الأخرى، إلى الأحزاب الحرة، مثل حزب الديمقراطيين

الأمريكي، وحزب الكنديين الأحرار؛ وذلك لتبني رؤية للمذهب الحر الحديث، مدفوعة بالسوق، ومحددة بالشركات، والخصخصة الحكومية، والتي يصفها (جريجور غايس) زعيم حزب الديمقراطية الاشتراكية الذي ينمو بسرعة في ألمانيا، يصف تلك الرؤية بدقة، كأحداث سياسية (غير تاريخية)، تعد فيها العدالة الاجتماعية والدعم البيئي أشياء دخيلة.

لقد تخلت أحزاب الخط القديم عن ميدان اللعب، وتوقفت عن النضال من أجل العدالة الاجتماعية والاقتصادية، واختارت بدلاً من ذلك محاباة الشركات، التي يريد منها الناس محاربتها. يقول (ستيفين روبنسون) – عضو في الحزب الديمقراطي الجديد في البرلمان الكندي –: "لا أعرف ما إذا كان هناك أي مكان تظهر فيه كثير من هذه المعارك، حول احتكار الإعلام وتكتل الشركات والسيطرة الأجنبية على وسائل إعلامنا".

وحيث إن الأحزاب القديمة تصالحت مع الأسواق، والشركات الرأسمالية، وعولمة الاقتصاد، والإعلام، التي تنتجها هذه الأنماط – فإنها قد تركت فراغاً.

وفي بلد تلو الآخر، يُملأ ذلك الفراغ بتصنيفات سياسية جديدة – كجزء من النقد الواسع النطاق للمذهب الحر الحدي – تسبب إزعاجاً حول الأخطار المحدقة بالديمقراطية، عن طريق تكوين نقابات العمال. تماماً مثل الأحزاب الخضراء، التي يتبنى كثير منها مقترحات لإصلاح وسائل الإعلام، وقد أجبرت الأمم على إلقاء نظرة جديدة على مسائل حماية البيئة والدعم في الثمانينيات، وعليه فإن أحزاب الخط الجديد هذه تقحم قضايا الإعلام داخل جداول الأعمال.

يقول (روبنسون): "هذه قضية تبرز في جميع أنحاء العالم أن هناك قلقاً هائلاً؛ إذ يُحذَّر الناس من أنه في نفس الوقت الذي نشاهد فيه تركيزاً متزايداً لملكية وسائل الإعلام، فإننا أيضاً نشاهد تخفيضات ضخمة في وسائل الإعلام المملوكة للحكومة، وهذا جالب للنحس والحظ العاثر".

ويقول: "إن هذا الاحتلال لوسائل الإعلام من قبل أنصار الجناح الأيمن للمذهب الحر الحديث - هو شيء يدركه الناس، ولا يحبونه. إلا أن أحزاب الخط القديم غير راغبة في تناول القضية، وهذا هو ما سيميز أحزاب الخط الجديد في جميع أنحاء العالم، وهو الرغبة في التحدث صراحة عن قضايا السيطرة على الإعلام، واقتراح بديل لما يحدث الآن على أنه شيء لا مندوحة عنه. وبعد أن سمعت شخصاً ما يقول لك وللمرة الألف: كيف لا نسمع على الإطلاق عن هذه القضايا في وسائل الإعلام؟ فإنك تبدأ تدرك أن وسائل الإعلام نفسها هي القضية".

ويشير عدد من الأحزاب التي اتخذت أكثر المواقف عدائية فيما يتعلق بقضايا الإعلام، كجزء من البرامج الواسعة النطاق، والتي تتحدى تكتل الشركات والعولمة المدفوعة بالسوق - يشيرون إلى أنفسهم كأعضاء في (حزب اليسار الثالث)، وهو اسمٌ القصدُ منه اقتراح التقدم بالمقالات النقدية السياسية أو الاقتصادية الضيقة التركيز، والمرتبطة تاريخياً بالحركات السابقة لمذهب (كارل ماركس)، أو الحركات الأرثوذكسية الماركسية، نحو مدخل يرتبط بارتياح مع قيم أحزاب المساواة في الحقوق بين الجنسين، وأحزاب الخضر والحزب اليساري التقليدي، في نموذج جديد من المناورات السياسية. والشيء المهم لرسالة هذه المجموعات الحمراء- الخضراء حول العالم، هو العزم على تقديم رؤية واضحة لمجتمع أكثر إنسانية ودعماً وفعالية؛ والذي من أجله سوف تستخدم هذه الأحزاب الإرادة والقوة السياسية لتطويره.

"نحن نعمل لمجتمع يتساوى فيه جميع الناس في الثروة، ويكون لهم نفس الحق في الحياة الطيبة". كما يعلن برنامج حزب اليسار السويدي، الذي شهد نمواً ثابتاً في قوته الانتخابية حسب استطلاعات الرأي، والتي حددت بأنه حزب يأتي في المرتبة الثالثة في الدولة، من حيث التصنيفات السياسية الشعبية، ويضيف بيانه: "نريد أن نعيش في انسجام مع الطبيعة، وفي مجتمع متعاون تُخلق فيه ثقافة حية، تقوي من هوية واحترام الذات للناس، وتزود المجتمع بالإلهام والنقد البناء".

هناك إدراك دائم للعلاقة بين وسائل الإعلام المتنوعة من الناحية الأيدولوجية، وبين الديمقراطية الحقة وسط أحزاب اليسار الثلاثة، بالإضافة إلى أحزاب الخضر وحزب اليسار غير الاشتراكي، وحتى تصنيفات الجناح الأيمن - التي بدأت تتبنى وجهة نظر الديمقراطية في مختلف دول العالم.

و"من الأساسي أن يسبق عملية اتخاذ كافة القرارات السياسية نقاش أصيل وتفاعلي، حيث يُسمح لكافة الأحزاب المهتمة والتحالفات المؤقتة سماعُها بصراحة وعدم تحيز، وبالإضافة إلى عملية صنع القرارات السياسية فإنه ينبغي أيضاً أن تكون القرارات الاقتصادية الأساسية عامة بأكبر قدر ممكن"، كما يناقش ذلك البرنامج الانتخابي لحلف اليسار الفنلندي، وهو الحزب الذي يتبنى رؤية حزب اليسار الثالث، كجزء من التحالف الذي يحكم البلد، ويضيف: أن "ضمان الصراحة والطبيعة العامة لعملية صنع القرارات يمكن أن تُصنع بمساعدة الاتصالات الحرة المتعددة والمتنوعة. ففي المجتمع المتفتح ينبغي أن تسير الاتصالات في جميع الاتجاهات، وهذا هو السبب وراء حاجتنا لإمكانية توافر اتصالات تفاعلية، بالإضافة إلى وسائل الاتصال الجماهيرية. وفي المجتمع الديمقراطي، فإن حرية الاتصال وتنوع الإعلام يمثل من حيث المبدأ اتجاهاً إيجابياً في التطور؛ نظراً لأن تجزئة الإعلام والجمهور تعطي الناس مجالاً أوسع من الحرية والاختيار عن ذي قبل، وتوفر تقنية المعلومات المتقدمة إمكانات متزايدة للاتصالات والتفاعل بين الناس ومختلف المنظمات غير الحكومية. وفي عالم من وسائل الإعلام المتنوعة، فإن المجتمع يضمن أن الملكية لا تتركز على نحو متزايد، وأن الضرائب تدعم التنوع والتغيير والوصول إلى وسائل الإعلام وخدمات الاتصالات العامة، كلما كان ذلك ضرورياً".

ولقد جعل حزب اليسار السويدي من إصلاح وسائل الإعلام قضية رئيسة لشؤونه السياسية، مؤكداً في كل مناسبة أن حرية الحديث وحرية الصحافة هي

المتطلبات الأساسية للديمقراطية. ويناقش الحزب أهمية الديمقراطية الحية، "فمن الضروري أن يكون هناك خيار واسع ومستقل لوسائل الإعلام، كما ينبغي أن يكون كل شخص قادراً على التعبير عن رأيه بشكل أو بآخر، كما ينبغي أن تكون جميع الآراء قادرة على الوصول إلى الجمهور".

ويقوم حزب اليسار السويدي بدفع إصلاحات وسائل الإعلام الصارمة والابتكارية - بما في ذلك إلغاء كافة الإعلانات في الراديو والتلفزيون وبرامج الإعانات لوسائل الإعلام المطبوعة المصممة؛ لضمان الديمقراطية الثرية - عن طريق التوافر الواسع النطاق للمنشورات، التي تعبر عن آراء مميزة، وأحياناً غير شعبية. فالحزب الذي شهد في الانتخابات القومية عام ١٩٩٨م مضاعفة التصويت له إلى (١٢٪) من مجموع الأصوات، فإنه لا يتحدث ببساطة عن الأفكار الكبيرة والرؤى العظيمة. كما أن الحزب انضم إلى جماعات حزب العمال لمقاطعة محطة تلفزة رفضت المصادقة على قانون سويدي، يحظر نقل إعلانات على الهواء موجهة مباشرة إلى الأطفال، كما أنه قام بإصدار جرائد ومجلات متطورة ومواقع (ويب) لدعم الأفكار. وكان أعضاؤه نشطين في خلق البرامج الإذاعية المصممة لخدمة الهجرة المتزايدة للسويد من النساء والشباب.

وتشير تجربة السويد مع حزب اليسار، والحظر المفروض على الإعلانات التلفزيونية الموجهة للأطفال - إلى درس مهم: فبمجرد أن يبدأ حزب اليسار في إصلاح الإعلام، فإن الأحزاب التقليدية لن تعود قادرة على خدمة مصالح الإعلام، وهذه قضية الطيف السياسي لمعظم الأحزاب السويدية، التي تدعم الآن الحظر المفروض على الإعلانات التلفزيونية الموجهة نحو الأطفال، فإنها على علاقة طيبة مع المصوتين. ولقد قامت اليونان والنرويج بسن قوانين حظر مماثلة، كما أن الأمم الأوروبية الأخرى تفكر في سن قوانين حظر أيضاً.

إن مبنى الائتلاف، والذي هو في قلب هذه الأحزاب الناشئة - مَثّل الاحتجاجات المناوئة لمنظمة التجارة العالمية، في خريف عام ١٩٩٩م في مدينة سياتل، والاحتجاجات المناوئة لصندوق النقد الدولي والبنك الدولي في ربيع عام ٢٠٠٠م في واشنطن، والاحتجاجات المناوئة لمؤتمر قمة الثمانية (G8) في صيف عام ٢٠٠١م في مدينة جنوا بإيطاليا. فجميع هذه الاحتجاجات تعيد إلى الأذهان نماذج أمامية شعبية حدثت في الثلاثينيات. وهي مقارنة عشوائية للأحزاب الحرة التقليدية، فالمداخل (الداخلية- الخارجية) تميز تحدي تلك الأحزاب أمام وسائل الإعلام العالمية. ولم يعد وضع الخطط الإستراتيجية (والمستشارون) بالحزب يشكلون أوضاع السياسة في عزلة تامة.

وتثير أحزاب اليسار، بل وحتى أحزاب الوسط، قضايا إعلامية؛ نظراً لأن مواقفها معروفة لدى نقابات الإعلام، وجماعات الحراسة، والأكاديميين، والنشطاء السياسيين، الذين عانوا كثيراً في الحصول على سماع شكواهم من أحزاب الخط القديم. ودائما ما تكون الأحزاب الأحدث والأقل بيروقراطية والأكثر انفتاحاً من الناحية السياسية، هي أحزاب لديها حماس نحو دمج قضايا الإعلام في جدول أعمالها. فمثلاً، في البرازيل وجد نشطاء الإعلام حليفاً سهلاً متمثلاً في حزب العمال بزعامة (لويس إيناسيو لولا دا سيلفا) والذي استخدم شبكاته الأساسية القوية لتنظيم تظاهرات خارج المقر الرئيس لتكتلات وسائل الإعلام البرازيلية، والتي اتهمها أنها فشلت في تقديم تغطية إعلامية جادة للعملية السياسية في ذلك البلد. وفي الحركة الديناميكية السياسية الجديدة في جنوب إفريقيا بعد التحرر من العنصرية، فإن الموقف الشامل حول سياسة البث الإذاعي الذي يؤيده مجلس النواب وأعضاء نقابات العمال بجنوب إفريقيا، قد أثر على الطريقة ليس فقط على الكونغرس القومي الأمريكي والحزب الشيوعي الجنوب إفريقي، والتي احتفظت نقابات العمال معه بعلاقات وثيقة طويلة المدى، ولكنه أثر أيضاً على الأحزاب الأصغر حجماً ذات الأيدولوجيات المتفاوتة.

وفي كندا ونيوزلندا وأستراليا، فقد عملت الأحزاب السياسة الحديثة نسبياً عن كثب، مع نقابات العمال والنشطاء السياسيين؛ لجعل وسائل الإعلام قضية مع نتائج دراماتيكية (مثيرة)، وتثقيفية، وكجزء من إعادة تشكيل الحزب الكندي الديمقراطي الجديد؛ ليستجيب بطريقة أفضل للحوار حول العولمة. فقد جعل الحزب من قضايا إصلاح وسائل الإعلام قضايا رئيسة في جدول أعماله، والآن يهاجم البرنامج الانتخابي التكتلات الإعلامية بالاسم، ويضع الكفاح من أجل وسائل الديمقراطية في سياق الكفاح الواسع النطاق حول العولمة. فيقول: "تمتلك إحدى الشركات - وهي شركة (كان ويست جلوبال)، وهي مساهم رئيس في الحزب الحر (الليبرالي) - تمتلك الآن أربعين بالمائة من وسائل إعلامنا المطبوعة، بالإضافة إلى محطات التلفزة في ثماني محافظات، تصل إلى ثماني وثمانين بالمائة من الكنديين الناطقين باللغة الإنجليزية".
ويستمر البرنامج الانتخابي في الإعلان:

"تتعرض هويتنا الثقافية للخطر من قبل موجة عنيفة من وسائل الإعلام الأمريكية، وعولمة القوى الاقتصادية، والتقنيات الحديثة للاتصالات، ولم يفعل الليبراليون شيئاً لوقف هذه الموجة العنيفة.

وفي الحقيقة، فإن الصفقات التجارية لوسائل الإعلام الأمريكية حولت ثقافتنا إلى سلعة تجارية، فاتحة الباب للمجلات اليوم، والهجمات الأمريكية الأخرى غداً، وأدت التخفيضات الحادة في التمويل إلى تقويض هيئة الإذاعة العامة التابعة لنا، وهي هيئة الإذاعة الكندية (CBC)، واستطاع أقطاب الإعلام شراء صحفنا ومحطات التلفزة والإذاعة التابعة لنا؛ مما فرض قيوداً صارمة على نطاق المعلومات، التي تصل إلى الجمهور. وفي مجتمع عالمي من المعلومات، فإنه ينبغي تقوية ودعم أصوات فنانينا وكتابنا ومبدعينا ومواطنينا، وليس تقويض تلك الأصوات، وينبغي أن تكون ملكية الإعلام متوازنة مع الأصوات القوية المستقلة؛ لضمان الانسياب الحر للأفكار، وصحة وعافية

ديمقراطيتنا، وينبغي أن توضح الحكومات أن هويتنا الثقافية ليست معروضة للبيع بضمان، عن طريق التأكيد أن الصفقات التجارية تشمل حماية ثقافتنا، ويناضل الديمقراطيون الجدد من أجل الاستثمارات والسياسات التي تحمي الثقافة الكندية".

أصبح حزب التحالف النيوزلندي - والذي تم تأسيسه عام ١٩٩١م، كائتلاف للأحزاب الخضراء ومنظمي حملات حقوق (ماوري)، واللاجئين من حزب العمل (والذي انشق من الحزب الاشتراكي) - أصبح موطناً وملاذاً للصحافيين السابقين المحبطين. وبعد تسعة عشر عاماً من العمل في إذاعة نيوزلندا وأستراليا، والتي توجت بظهورها في الفترة من ١٩٨٧م إلى ١٩٩٦م، كمضيف لعرض شعبي قومي على إذاعة الباسفيك وشبكات (نيوز تولك زد بي)، فقد ابتعدت (بام كوركري) عن الميكروفون، واقتحمت النضال السياسي من أجل الإعلام، وتم انتخابها في البرلمان النيوزيلندي ضمن قائمة ترشيحات حزب التحالف عام ١٩٩٦م، وأصبحت الناطق الرسمي للحزب حول قضايا الاتصالات وتقنية المعلومات والفنون والثقافة. وتميزت خبرة (كوركري) في الإذاعة والتلفاز ووسائل الإعلام المطبوعة، بالإضافة إلى معارضتها العاطفية لخصخصة خدمات البث الإذاعي الحكومي، فذلك ما يميزها كأكثر عضو مدافع داخل البرلمان عن قضايا الإعلام، واستخدمت برنامجها الانتخابي لتنظيم حملة، أحدثت ضجة كبيرة في ذلك البلد؛ حتى أنها أجبرت حزب العمل على إعادة التفكير في حركته نحو معارضة الحزب الحر الحديث لسياسة الخصخصة والبث الإذاعي.

وفي وقت مبكر من حياتها الوظيفية البرلمانية أعلنت (كوركري) النضال؛ من أجل تأكيد السيطرة الشعبية على الإعلام؛ لتكون "قضية حقوق إنسانية على الأقل". وبالعمل مع زعيم حزب التحالف (جيم أندرتون) وزعماء الحزب الآخرين، ساعدت (كوركري) في بناء حركة (داخلية- خارجية) قوية، شهدت إثارة حزب الحلف لقضايا احتكار الإعلام على أعضاء البرلمان، وعلى شوارع (أوكلاند)، و(ويلنغتون)،

و(كريستشيرج) مع نقابات العمال، ومنظمات سكان (ماوري)، وجزر المحيط الهادي، ونشطاء الإعلام. وبصفة خاصة، فإن هذا الائتلاف قام بتعقب ومطاردة (توني أوريلي) الرئيس التنفيذي السابق لمجموعة (هينز سوب)، والذي بدأ في إنشاء إمبراطورية إعلامية في إيرلندا، امتدت الآن لتشمل جنوب إفريقيا ونيوزيلندا وبلداناً أخرى.

فبعد شراء صحيفة (أوكلاند هيرالد)، بدأ (أوريلي) في التهام محطات الإذاعة، التي خُصخصت مؤخراً، ورافق ذلك تسريح الموظفين، وتخفيض عمليات الأخبار، والتهديد بعقد صفقة مع المحطات المخصصة، لشراء الأخبار من إذاعة نيوزيلندا. وأدت الزوبعة التي أثارها حزب الائتلاف ونقابات وسائل الإعلام النيوزيلندية - حول ما إذا كان يجب أن يسيطر رجل واحد على قدر كبير من وسائل الإعلام القومية الصغيرة - إلى جلسات استماع وحوارات وتحقيقات، كما أعادت فتح المسألة الكاملة للخصخصة، وأخيراً حثت زعماء حزب العمال على الإشارة إلى أنهم سيعارضون أي عمليات خصخصة لوسائل الإعلام في المستقبل.

وبإعادة تأكيد الرؤية القائلة بأن موجات الأثير الهوائية، هي ملك عام يكون لمواطني دولة ديمقراطية الحق والمسؤولية في تنظيمه، فقد دعا (أندرتون) وحلفاؤه في حزب التحالف خلال التسعينيات إلى إعادة هيكلة جذرية لإذاعة نيوزيلندا، وتقييد ملكية الأجانب لمحطات التلفزة والإذاعة، وإنشاء شبكات ومحطات تلفزة وإذاعة جديدة، بتمويل حكومي لخدمة مجتمعات الأقليات، وإلغاء كافة أشكال الإعلانات، التي تبث أثناء الساعات التي يشاهد فيها الأطفال التلفاز؛ وذلك لمكافحة (المناورات التطفلية والساخرة عن طريق الرسائل التجارية)، وزيادة الدعم والتمويل زيادة ضخمة لهيئة البث الإذاعي الحالية التابعة للقطاع العام. إننا لا نعتقد أن وسائل الإعلام الخاصة مهتمة في الأساس بالتعبير عن الثقافة الشعبية النيوزلندية، كما أنه من غير المعقول أن يتوقع منها ذلك إلى أبعد حد منظم، إذ شرح الإعلان السياسي لزعيم

حزب التحالف قائلا: " من الأساسي أن يظل جزء كبير من منظمات البث الإذاعي في كل من الإذاعة والتلفاز تحت الملكية العامة".

ومع عدم الاقتناع بالدفاع عن قطاع البث الإذاعي الحكومي، فإن حزب التحالف قد قدم - مع نقابات الإعلام والسكان المحليين والفنانين والأكاديميين والنشطاء السياسيين - مقترحات بشأن إعادة تشكيل الإعلام في نيوزيلندا. وحتى بعد أن تم حل الائتلاف في عام ٢٠٠٢م، فقد استمر (أندرتون) وحزب الخضر في البرلمان النيوزيلندي في إثارة قضايا الإعلام، كما فعل ذلك عدد كبير من البرلمانيين المنتمين لحزب العمل، والذين أدركوا استئناف النقد الذي وضعت أساسه (كروكري) وآخرون.

كما أن الحزب الأسترالي الديمقراطي الصغير الحجم، والمفعم بالطاقة والنشاط، الذي كان في السلطة في مجلس النواب بتلك الدولة - قدم استجابة متطورة أكثر، لم يشاهد لها مثيل حتى الآن، بخصوص تركيز ملكية الإعلام، وقضايا المحتوى المحلي، والاحتكار وإضفاء الصبغة التجارية على وسائل الإعلام.

إن حزب الديمقراطيين الأسترالي ليس حزباً تقليدياً من أحزاب اليسار، كما أنه لا ينسجم مع فئة حزب اليسار الثالث التي يحتلها حزب اليسار السويدي، وحزب التحالف الفنلندي اليساري أو حزب التحالف الأيسلندي. غير أن حزب الديمقراطيين الأسترالي بالتأكيد يلتزم بمعايير (حزب الخط الجديد) الموضوعة من قبل الكندي (روبنسون سيفند)، وتمكن حزب الديمقراطيين الأسترالي، الذي تأسس عام ١٩٧٧م، كحزب إصلاحي ذي ميل قوي نحو حماية البيئة، تمكن من خلق اسم له - خصوصاً - وسط المقترعين الشباب؛ وذلك باتخاذ مواقف صارمة، في تأييد حماية البيئة ونزع السلاح النووي وحقوق سكان أستراليا البدائيين الأصليين.

وخلال التسعينيات برز الحزب كمؤيد قوي للتطور المستمر، والحراسة على وسائل الإعلام الأسترالية، وبالعمل عن كثب مع الحركة القومية - لإنقاذ هيئة

الإذاعة الأسترالية (ABC)، والتي تبنتها نقابات الإعلام والمستهلكون لمعارضة مقترحات الخصخصة، وتخفيضات التمويل المصممة لتقويض هيئة الإذاعة الأسترالية. لقد أصبح حزب الديمقراطيين الأسترالي أكثر المدافعين البرلمانيين بصراحة عن تلك الخدمة القومية الشعبية للبث الإذاعي.

وعلى الرغم من أن حزب الديمقراطيين الأسترالي لا يزال حزباً صغير الحجم، إلا أنه سجل انتصارات مهمة في النضال عن هيكلة الإعلام في بلدهم، بالعمل مع نقابات العمال، وناشطي الإعلام عام ١٩٩٧م، فقد نجح حزب الديمقراطيين في إقناع الحكومة بالتخلي عن المقترحات، التي كان من المفترض أن تضعف القيود الحالية المفروضة على ملكية الإعلام من قبل التكتلات المحلية والأجنبية، وعمل حزب الديمقراطيين بالتزامن مع نشطاء (إنقاذ هيئة الإذاعة الأسترالية ABC)؛ مما أجبر الحكومة على التخلي عن الخطط الرامية إلى إعادة هيكلة الإذاعة الحكومية، بطريقة كان من المفترض أن تعني تخفيضات في الخدمات، كما كسب حزب الديمقراطيين تأييداً لإنشاء حكومة فيدرالية، تحقق في أنماط ملكية وسائل الإعلام.

وفي ربيع عام ٢٠٠٠م كان حزب الديمقراطيين الأسترالي يقود النضال؛ لتوفير تمويل حكومي لإنشاء مشاريع تقنية (أون لاين On Line)، ومشاريع التلفزة الرقمية. وكان الهدف، كما شرح الديمقراطييون، هو التأكد من عدم إجبار هيئة الإذاعة الأسترالية (ABC) على الدخول في ترتيبات تجارية مع الشركات الخاصة، التي ربما تسعى إلى تخفيف استقلاليتها، والاستفادة من سمعتها الجيدة.

إلا أن الانتصارات التشريعية هي الاختبار الوحيد فقط لنجاح حزب الديمقراطيين الأسترالي، كما أن القياس الحقيقي لأثر الحزب يكمن في تحويل الاتجاهات نحو قضايا الإعلام داخل أستراليا، وجعل الإعلام محور الارتكاز الرئيس لحملات الحزب القومية، وفرض حوارات حول بعض المواضيع، مثل ملكية الإعلام، والمحتوى الأجنبي

بالتلفاز، والتقنية الرقمية، والقضايا ذات الصلة. كذلك دفع حزب الديمقراطيين الأسترالي بقضايا وسائل الإعلام داخل الحوار السياسي، وداخل ما يمكن أن يكون أكبر نصر حققه الحزب، ألا وهو الصفحات الأمامية، فمثلاً لم تعد التعيينات في هيئة الإذاعة الأسترالية عبارة عن توزيع روتيني للمزايا السياسية التي لم تكن من نصيب الديمقراطيين الأستراليين، والمستخدمة في كل جولة جديدة من التعيينات، لإثارة مسائل عن المحاباة السياسية، والصفقات السرية، ونفوذ المصالح الخاصة.

ومنذ الانتخابات القومية التي جرت عام ٢٠٠١م، كان الديمقراطيون في مقدمة النضال من أجل منع حكومة حزب المحافظين، برئاسة (جون هوارد)، من إلغاء اللوائح المقيدة لملكية الإعلام. ونتج عن النضال حول هذه القضية اقتراح مفيد للولايات المتحدة الأمريكية، حيث تجري هناك معارك مماثلة. والشرط ينص على أنه يجب على ملاك وسائل الإعلام – الذين يبحثون عن استثناءات من اللوائح، التي تحظر ملكية منافذ الإذاعة والصحف – أن يحتفظوا بغرفِ أخبارٍ منفصلة.

وربما يكون أكثر المستجدات المثيرة للدهشة في مجال النشاط السياسي لوسائل الإعلام – هو على المستوى العالمي، مع أن هذه المستجدات تظل حديثة النشأة. وكانت حركة العدالة العالمية تنتظم عبر الخطوط القومية ضد الصفقات الاقتصادية للحزب الحر الحديث، ومنظمات، مثل منظمة التجارة العالمية (WTO)، وصندوق النقد الدولي (IMF)، والبنك الدولي العالمي، وقد جعلت وسائل الإعلام أحد الأهداف الرئيسة للتغيير. (هذه هي الروح التي تدعم قدراً كبيراً من النشاط السياسي القومي الموصوف في هذا الفصل).

وفي المنتدى الاجتماعي العالمي الذي عقد في (بورتو ألجير) في شهر فبراير ٢٠٠٢م، حيث تجمع ٧٠٠ ألف شخص من جميع أنحاء العالم، لإيجاد بديل للرأسمالية التي يتبناها المذهب الحر الحديث – فإن وسائل الإعلام كانت أحد القضايا المهمة. وعقدت هيئة الأمم

المتحدة مؤتمر قمة عالمياً حول مجتمع المعلومات في شهر ديسمبر ٢٠٠٣م، ويسعى كبار العلماء والنشطاءُ السياسيون إلى أن تكون وسائل إعلام مستقلة ذاتياً، ممولة تمويلاً جيداً، غير ربحية وغير تجارية، وبهذا جعلوها مجالاً رئيساً للنقاش، ويتفق إجماع النشطاء الديمقراطيين العالميين على أنه ما لم يشتمل طريق التجديد الديمقراطي على إصلاح هيكلي لوسائل الإعلام، فإن ذلك الطريق سيكون طريقاً مسدوداً.

وكل هذا مهم للناس بالولايات المتحدة الأمريكية؛ لسببين، أولاً أنه يسلط الضوء على الأهمية المتزايدة لسياسة إصلاح الإعلام حول العالم، وأن الولايات المتحدة الأمريكية إن لم تكن معنية بأي شيء، فإنها تعد - نوعاً ما - متسكعة في هذا الشأن. وهناك دروس مفيدة وضرورية يجب تعلمها.

والسبب الثاني أنها تشير إلى الطبيعة العالمية المطلقة للكفاح من أجل إصلاح وسائل الإعلام، فالقضايا متشابهة في كل مكان، ومقترحات الإصلاح هي مقترحات مختلفة لحفنة من المواضيع. كما أن قوى الظلام الكبيرة، وشركات الإعلام المدفوعة بالربح، وسياستها، ومنظميها المدللين، يعملون على تنفيذ مشاريعهم التجارية في كل مكان. إن هذا هو كفاح عالمي.

وهذه النظرية القائلة بأن وسائل الإعلام المتنوعة والمستقلة والحيوية للديمقراطية هي وسائل إعلام حديثة على أية حال، ولكن نادراً ما كان يتم التعبير عنها بصفة منتظمة في أروقة السلطة السياسية والحكومية، فبمجرد أن تثار هذه القضية فإن الحوار يتحول إلى موضوع آخر، وفجأة تأخذ المسائل التي يبدو أنها مسائل فنية وغامضة ومعقدة أو غير منطقية - تأخذ معنى جديداً.

ولم يعد المواطنون راغبين في الإذعان للأشخاص الذين يحاولون كسب التأييد؛ لتقوية مخالبهم السياسية للسيطرة على الحوار حول ملكية الدولة، التي عن طريقها تناقش الديمقراطية المسائل الأساسية.

وقد استمعت (بهاراتي ري) كبير الإداريين سابقاً بجامعة (كلكتا)، التي تعمل حالياً في المجلس الأعلى للبرلمان الهندي - أثناء تناولها لوجبة غداء بمنزلها المتواضع بالقرب من مباني دلهي الحكومية الكبيرة، استمعت ببهجة واضحة إلى استعراض الدليل على تصاعد النشاط السياسي لوسائل الإعلام، وتبني الأحزاب لأفكار اليسار، وكونها أحد أكثر المؤيدين والمدافعين عن حزب اليسار الهندي، فقد كانت مسرورة جداً لعلمها بالقضايا التي تشكل مصدر قلق بالنسبة لها، ولكثير من الهنود والحزب اليساري الهندي بصفة عامة. والحزب اليساري الهندي ذو تاريخ طويل في تناول القضايا المهمة، مثل إضفاء الصبغة التجارية على الإعلام، واحتكارات الإعلام، والملكية الأجنبية للإعلام، والتي أثيرت في بلدان أخرى.

ولكن بعد ذلك قالت (ري) مقطبة جبينها: "لماذا لا نكون على إدراك بهذه المستجدات؟"، وسألت سؤالاً: "لماذا لا نعرف مزيداً عن هذا النشاط؟"، وكانت (ري) تعرف الإجابة بالطبع. لقد كانت مدركة جيداً أنه لا يُعرَض إلا عدد قليل من التقارير حول النشاط السياسي في وسائل الإعلام الدولية أثناء نشرة الأخبار المسائية، غير أن المُدَرّسة المحنكة لم تقبل أي أعذار، فتقول: "ينبغي أن نبدأ فوراً بمناقشة ما يتم فعله في العالم، وينبغي أن نلتقي سوياً، كما ينبغي أن نسمع ما يفعله الآخرون لكي نقلدهم، ويجب علينا إخبار الآخرين بالشيء الذي نفعله لكي يقلدوننا"، ثم أضافت (ري): "وبمجرد أن نبدأ جميعاً في الإدراك أننا لا نعمل بمعزل عن بعضنا البعض، وأننا جزء من الاستجابة الكبيرة نحو العولمة - فإنني أعتقد أن إمكانية نجاح قوى الديمقراطية ستكون كبيرة جداً، وسيكون نجاحها حقيقياً، أنا أعتقد ذلك فعلاً".

الفصل الثالث

حركة إصلاح وسائل الإعلام الأمريكية
Building the U.S. Media Reform Movement

"لا يوجد شيء يحظى بنفوذ عام حول أخلاقيات الناس مثل الصحافة، حيث تسكب الاتجاهات السائدة للفضيلة أو الرذيلة على الأمة، كأنما تصب من نافورة ماء".

[توماس بَين: Thomas Paine]

"إن التوافق غير الملائم بين وسائل الإعلام الرئيسة للدولة وبين النظام السياسي للدولة – قد حرم المقترعين من المعلومات المهمة، وتركهم تحت رحمة الدعاية السياسية المدفوعة الأجر والقريبة من عدم المعنى. كما أنه أثر تأثيراً بالغاً على الشرط الرئيس للديمقراطية في أولئك الأشخاص المحكومين الذين لا يعطون موافقتهم فقط ولكن يعطون موافقتهم العلمية".

[بين. اتش. باغديكيان: Ben H. Bagdikian]

"بنهاية الألفية تمكن خمسة رجال من السيطرة على وسائل الإعلام العالمية، وابتهج الناس؛ نظراً لأن تلفزيوناتهم أخبرتهم بأن يبتهجوا".

[مايكل مور: Micheal Moore]

في يناير من عام ٢٠٠٢م نشرت مجلة (نيشن The Nation) في عددها السنوي عن الإعلام، الذي أسهم فيه اثنان منا بمقال، افتتح بهذا السطر: "إذا كنا جادين في إصلاح الإعلام فهذه هي اللحظة التي يجب علينا أن نوقف فيها دوران عجلاتنا وبناء حركة معينة". وفي الوقت الذي لا نقوم فيه بتبخيس صعوبة ذلك المسعى، فإننا نناقش أن الأساس لتلك الحركة الآن واسع جداً، والضرورة إليه ملحة جداً، وهذا هو الوقت الذي يجب فيه عمل قفزة من النقد إلى تنظيم الحملات، ولفرحتنا فإننا نجد أننا لسنا وحدنا في التوصل لهذه النتيجة النهائية.

وتكافح معظم الحركات النشطة منذ سنوات وأحياناً منذ عقود من الزمان - قبل أن يجدوا مدافعين عنهم في الكونغرس. ومنذ أن ظهر مقالنا في مجلة (نيشن) فقد وجدنا عدداً مثيراً للدهشة من الأبواب المفتوحة في مبنى (كابيتل هيل: Capitol Hill). بالإضافة إلى نقاد احتكار الإعلام منذ فترة طويلة، مثل رئيس لجنة التجارة بمجلس الشيوخ (ايرنيست هولنغز)، الذي دافع عن الإصلاح منذ فترة طويلة، ونحن نسمع حديثاً جاداً عن الحاجة إلى قرار تشريعي صادر من قبل السناتور الأمريكي (بول ويلستون) (D-MN)، والنائب الأمريكي (جيسي جاكسون جي آر) (D-IL)، والنائب الأمريكي جون كونيرز (D-MI) العضو الديمقراطي في اللجنة القضائية بمجلس النواب.

ولا تزال رغبة هؤلاء المشرعين لكتابة تشريع يؤيد ويدعم إصلاح وسائل الإعلام - لا تزال مثيرة لدهشة عضو مجلس النواب الذي اتصل بنا فعلاً، النائب الأمريكي (بيرني ساندرز) النائب المستقل عن ولاية (فيرمونت)، والذي غالباً ما

يكون في مقدمة القضايا الجديدة المثارة في الـ(كابيتل هيل)، قال (ساندرز) أنه كان مستعداً لتأليف تشريع لإصلاح وسائل الإعلام، ولكنه كمنظم محنك، قال: إنه كان أكثر دهشة حول تقديم المساعدة لبناء نوع ما من حركة شعبية، تجعل من الممكن إجازة ذلك التشريع.

ودعانا (ساندرز) إلى (فيرمونت) في أواخر شهر أبريل، وانضممنا له، في سلسلة اجتماعات في المدينة، التي من خلالها استطعنا قياس مستوى الدعم المقدم لتحويل نقد الإعلام إلى نشاط سياسي لوسائل الإعلام.

لقد أدركنا الأهمية التاريخية للشيء الذي اقترحه (ساندرز)؛ وذلك فقط عند وصولنا إلى (مونتبلير) في مدينة فيرمونت في ليلة أحدٍ باردة ورطبة، وكان مبنى الاجتماع الموحد بالقرب من القاعة الحكومية مزدحماً بأكثر من سعته، وملأ أكثر من ٢٠٠ شخص المقاعدَ، ووقفوا على طول الجدران، وجاء بعضهم من مسافات بعيدة، مثل نيو هامبشير وولاية نيويورك، وفي الساعة المحددة خطى عضو الكونغرس إلى المنصة العالية، وأعلن بصوت مدوي: "مساء الخير أنا عضو الكونغرس (بيرني ساندرز)، وأريد أن أرحب بكم فيما أعتقد أنه أول اجتماع لمجلس المدينة لم يسبق أن عقد من قبل؛ وذلك لتناول قضية سيطرة الشركات على وسائل الإعلام".

وانفجرت الحشود المزدحمة في تصفيق راعد ومدو.

وخلال الأربع الساعات التالية انضم إلينا (ساندرز) وناخبوه، في نقاش مفعم بالحيوية والنشاط حول كيفية تحويل الغضب إلى عمل، وبدأت نظرية بناء حركة واسعة النطاق لإصلاح وسائل الإعلام في أمريكا تبدو واقعية أكثر فأكثر، والليلة التالية في (بيرلنغتون)، حضر أكثر من ٤٠٠ شخص في اجتماع، كان أكثر صخباً ومفعماً بالطاقة والحيوية. وقال (ساندرز) إن هذا الاجتماع كان أكبر زحام شاهده في المدينة منذ سنوات، وكان أكثر الاجتماعات حماساً على الإطلاق. ومن جانب واحد

فإن اجتماعَي المدينة اللذين عقدا في مدينة (فيرمونت) كانا مسببين للإحباط، وكان واضحاً أن كثيراً من الأشخاص الموجودين في الغرفة كانوا مستعدين لإرسال بطاقات عضويتهم بالبريد إلى حركة لم يكن لها اسم أو عنوان حتى الآن.

وبأي قياس، فإن هذا كان إحباطاً حلو المذاق، وفي الوقت الذي يكون لدينا قدر كبير من التنظيم الأساسي لنفعله، فمن المؤكد أنه من الأسهل أن نبدأ ذلك التنظيم، مع العلم أن هناك قاعدة واسعة من المواطنين جاهزين للتوقيع لمسافة طويلة.

والتحدي الأساسي عند هذه النقطة هو عدم قناعة الناس أن هناك شيئاً ما يجب عمله حول هياكل الإعلام التي تضر أكثر مما تنفع. والتحدي هو إقناع الناس بأن شيئاً ما يمكن عمله، وتلك هي الوثبة البسيطة للإيمان من قبل عدد كاف من الأمريكيين، تزودنا بقاعدة قوية لدرجة تكفي لتحدي سيطرة الشركات، وإعادة تشكيل وسائل الإعلام جذرياً في الولايات المتحدة الأمريكية.

ونعلم أنه عندما يبدأ المواطنون في تقبل النظرية القائلة بأنه من الممكن أن تكون وسائل الإعلام قضية، بدلاً من كونها شيئاً ما - ببساطة - يحدث لنا ولديمقراطيتنا، فإنهم يصابون بالدهشة. وعن تحرير الخيال السياسي، فإنه يمكن إحلال اللامبالاة المفترضة لجمهور الناخبين بمستوى من الانشغال؛ وذلك يؤكد أنه ربما لم يتم حتى الآن تحقيق وعد الديمقراطية الأمريكية، إذن كيف يمكننا تحرير الخيال السياسي؟ وكيف يمكننا توسيع نطاق معايير الحوار لتشمل مواضيع قد حُذفت من الجدول لأجيال عديدة؟ وكيف يمكننا أن نجعل من الإعلام قضية قومية؟

للبدء في الحصول على إجابات لهذه الأسئلة دعونا نأخذ بعين الاعتبار: كيف أصبحت البيئة قضية سياسية بالولايات المتحدة الأمريكية، وعلى المستوى العالمي، خلال الخمس والثلاثين سنة الماضية؟ كما أن ثقتنا فيما يتعلق بتوقعات حركة إصلاح الإعلام في أمريكا هي توقعات مؤكدة بما لا يدع مجالاً للشك، عن طريق ارتباطنا مع

أحد القادة المؤسسين لحركة الخضر الحديثة، وهو السناتور الأمريكي السابق (جيلورد نيلسون) عن ولاية ويسكنسون، وأكد (نيلسون) بأن الأمريكيين سيكونون حكماء في النظر إلى إصلاح وسائل الإعلام، بما أنه يمتلك إمكانات بناء حركة إصلاح ليس مثل القضية الوليدة للمحافظة على البيئة، والتي تم إثباتها في مرة من المرات.

وفي الستينيات كان (جيلورد نيلسون) حديث عهد بعالم السياسة، وكان من أنصار حماية البيئة، وكان غالباً ما يعامل من قبل زملائه الأعضاء في مجلس الشيوخ الأمريكي على أنه شخص مزعج، يثير قضايا الهواء النظيف والماء النظيف، كافح من أجل جذب الانتباه الجاد لوسائل الإعلام للشيء الذي شعر (جيلورد نيلسون) أنه كان أكثر القضايا أهمية، وهي استمرارية الحياة البشرية على كوكب الأرض. ويقدم الجهد الناجح الذي بذله فيجعل البيئة قضية، ويقدم دراسة حالية في كل من الإحباطات والفرص التي تواجه أي كفاح من أجل توسيع نطاق الحديث العام. كما يشير (نيلسون) إلى الإحباط المتصاعد في وسائل الإعلام الكبرى، وخصوصاً في علاقتها مع مسألة دور الإعلام في الديمقراطية، كنوع القضية التي يمكن أن تزود المواطنين بالنشاط والطاقة. وعندما جاء (نيلسون) إلى مجلس الشيوخ الأمريكي عام ١٩٦٣م كحاكم سابق لولاية صغيرة متطورة، تصور بأنه يمكنه بسرعة إقحام قضايا البيئة داخل الأجندة القومية، وأثبتت الأيام صحة ذلك، ولقد قام (ريشل لارسون) بنشر صحيفة (الربيع الصامت: Silent Spring) لزيادة الوعي والاهتمام بتلوث الهواء والماء في أمريكا، كعلامات مؤكدة لمستوى متصاعد من الانشغال المدني، الذي يمكن تحويله إلى مهمة لإنقاذ الأرض.

ومع ذلك، فإن جعل البيئة قضية عامة لم تكن شيئاً أساسياً، فقد ثبت بأنها مهمة صعبة إلى أبعد من الحد الذي توقعه (نيلسون)، إذ تبددت آماله في إقناع الرئيس الأمريكي وقتها (جون كينيدي)، الذي أبدى الرغبة في الموضوع، لكي يكون بمثابة

محور اهتمام أساسي في إدارة الرئيس كينـدي، وذلـك بسبب اغتياله برصاصة أطلقها مجهول. كما أن محاولات (نيلسون) اللاحقة لإقناع خلف الرئيس كيندي الرئيس (جونسون) بجعل البيئة لها أولوية في برنامجه الرئاسي قوبلت بقدر ضئيل من الحماس. وعلى أروقة مجلس الشيوخ وفي تعاملاته مع البيروقراطية الفيدرالية فلم يواجه (نيلسون) أكثر من نصيبه، وهو الأبواب الموصدة، وكما ذكر (نيلسون): "سيقول الناس لي: لدينا كثير من الأشياء الأخرى للتعامل معها، مثل حرب فيتنام والحقوق المدنية والفقر وجميع تلك القضايا المهمة، فلماذا تصر على إثارة قضايا الهواء النظيف والماء النظيف والانفجار السكاني؟ وكان ينبغي عليَ أن أشرح لهم أن التركيز على قضايا البيئة لا يأتي على حساب تلك القضايا، ولكن ينبغي أن تكون البيئة قضية أساسية، وكان ينبغي أن يكون هناك مساحة لهذه القضية؛ لأنها ببساطة لا يمكن أن تنتظر لأطول من هذا الحد، والأرض كانت في خطر، خطر حقيقي، ولا يمكننا إرجاء قضية البيئة لأبعد من هذا الحد".

دأب (نيلسون) على الاجتهاد في هذا الموضوع بتقديمه لقوانين، وتنظيم جلسات استماع، والتحدث في أكثر من ثلاثين ولاية، والتوقيع على اتفاقيات مع الأحلاف، والاحتفاظ بقوائم، والعمل مع جماعات حماية البيئة الوليدة، والنشطاء السياسيين على المستوى الفردي. ويقول: "لقد خطرت لي فكرة محاولة إدراج قضية حماية البيئة على جدول أعمال الأحزاب السياسية القومية؛ لأنها لم تكن هناك في الستينيات"، ثم يضيف: "ولم ينظم أي شخص أي حملات حول قضية حماية البيئة، وفي عام ١٩٦٨م أثناء السباق الرئاسي بين (نيكسون - هفري)، فإن أياً من المرشحين للرئاسة لم يتطرق للحديث عن حماية البيئة، ولم يعتقدوا أنها كانت قضية مهمة بدرجة تكفي للتحدث عنها إلى الجمهور، ولم يكن ينظر إليها كقضية جالبة للأصوات الانتخابية فهل يمكنك أن تتخيل ذلك؟ واليوم لا يتجرأ أي سياسي أن يتغاضى عن التحدث

حول قضية حماية البيئة، ولكن في ذلك الوقت كانت قضية البيئة هي القضية التي كنا نكافح من أجلها".

وأدى النشاط السياسي المتواصل لـ(نيلسون)إلى أن يتكون لديه انطباع من أن الشعب كان أكثر تقدماً بكثير من السياسيين، وفي عام ١٩٦٩م، وأثناء عودته بعد حضوره لندوة حول الحرب ضد معسكر كاليفورنيا، تعرض للنظرية القائلة بأنه خلال أشهر فإن قضية البيئة ستكون قضية مهمة ومع حفنة من الحلفاء، ودعا إلى الاحتفال (بيوم الأرض) القومي في شهر إبريل عام ١٩٧٠م، حيث قال: "إنه يأمل أن يتم تنظيم تظاهرات وندوات لتعليم الناس أهمية القضايا البيئية، والشيء الذي يمكنهم أن يفعلوه لتأييد ودعم تلك القضايا". وبالابتعاد عن مكتب نيلسون في مجلس الشيوخ، مع الحصول على شيء لا يتعدى سوى قدر ضئيل من رمز أخضر، وعدد قليل من طلاب الكليات المتحمسين لدعم حركة "يوم الأرض"، مما أدى إلى أن يتحول إلى ظاهرة قومية تجذب أكثر من ٢٠ مليون شخصاً للأحداث عبر الدولة، وتحظى بتغطية إعلامية قومية ودولية، وتحول رؤوس كل سياسي في الأمة، بما فيهم الرئيس (ريتشارد نيكسون)، الذي قام بسرعة بالتوقيع على سلسلة من إجراءات حماية البيئة. يقول (نيلسون): "لم أكن لأقامر حول محاولة خلق حركة أساسية، إذا لم أكن معتقداً أنه سيكون هناك دعم من الأساس"، ويضيف: "لقد سافرت إلى جميع أرجاء الدولة، وعرفت أن كل شخص تأثر ببعض القضايا البيئية، وكل مجتمع صناعي يظل يعاني من مشكلة تلوث السحب باللون البرتقالي، وكل مجتمع يعاني من مشكلة تلوث البحيرات وإغلاق الشواطئ، واختفاء الأراضي الرطبة. وجميع أنواع الأشياء كانت تسير في الاتجاه الخاطئ، وأن كل شخص شعر أن هناك شيئاً ما خطأ في منطقتهم المحلية، وأنهم لاحظوا أن السياسيين لا يفعلون شيئاً، وكانت تلك هي فرصتهم الأولى لإظهار رغبتهم في العمل، ولكنهم أظهروها فقط في ورق اللعب. ونظر السياسيون إلى قضية حماية البيئة،

وقالوا: يا لجهنم! ما هذه القضية؟ وإذا كانت كأي شيء لكان من المفترض على السياسيين أن يكونوا جيدين في الشعور بالشيء الذي كان يسبب قلقاً للناس".

وبرهن (نيلسون) - كما فعل عدد لا يحصى من النشطاء السياسيين الأمريكيين الآخرين من (جون براون) إلى (إليزابيث كادت) إلى (مارتين كيلي) - أنه من الممكن إقحام قضية داخل الحديث السياسي للأمة، حتى لو كانت قضية يفضل النخبة من السياسيين والاقتصاديين إبعادها من جدول الأعمال. وتقاسمت حركة حماية البيئة الميزة المحزنة مع قضية إصلاح وسائل الإعلام: فلم تكن هناك مصالح مالية قوية تستفيد من نجاح قضية حماية البيئة، وكل تلك الأموال المنظمة كانت تعارض بشدة قضية الإصلاح. وكما أشار (سانال اليشسكي) أنه "عند مواجهتها مع المال المنظم، فإن الملاذ الوحيد هو الناس المنظمون". ولتحديد ما إذا كان من الممكن أن تكسب حركة حماية البيئة قدراً كافياً من التأييد الشعبي للقضاء على المال المنظم، قال (نيلسون) إنه كان ينبغي على حركة حماية البيئة الإجابة عن ثلاثة أسئلة بالإيجاب، وعليه من الملائم طرح سؤال عما إذا كانت حركة إصلاح الإعلام ستجيب عن تلك الأسئلة بنفس الطريقة.

والسؤال الأول هو:

هل الطريقة التي بين أيدينا - وفي هذه الحالة المؤسفة لوسائل الإعلام في أمريكا - هل تؤثر على أي شخص بطريقة ما أساسية؟

والإجابة عن هذا السؤال هي بالتأكيد "نعم"، ففي هذا العصر تقنية الإنترنت والتلفاز الكيبلي على مدار الساعة، والبرامج الإذاعية، والحملات الإعلانية التي تصل إلى مدارس أطفالنا، واتصال المواطن الأمريكي العادي بالإعلام لمدة ١٢ ساعة تقريباً من مجموع أربع وعشرين ساعة يومياً.

والسؤال الثاني هو:

هل هناك بديل للوضع الراهن، كعلاج يمكن أن يوضع في مكانه المناسب؟

وبالنظر إلى الخارج، فإنه يمكننا أن نرى أن الإجابة للمرة الثانية هي "نعم"، على الرغم من أنه يجب وضع المقادير الدقيقة لبرنامج الإصلاح الأمريكي، كما أن أياً من قضايا وسائل الأمريكيين تعد قضايا فريدة من نوعها في هذا البلد، كما أنه لن يكون من الصعب مواءمة الاستجابات نحو وسائل الإعلام الكبرى في أمريكا، والتي تم دعمها وتأييدها في مكان آخر.

والسؤال الثالث هو:

هل يعتقد الناس أن لديهم القدرة على تطبيق التغييرات الضرورية، وإذا لم يكن لديهم القدرة على ذلك، فهل يمكن حملهم على الاعتقاد مرة ثانية في قدرتهم على استخدام الديمقراطية لوضع الأشياء في مكانها الصحيح؟

ففي الوقت الذي نثق فيه أن الإجابة عن هذا السؤال ستكون من المؤكد "نعم"، إلا أن الإجابة الأمينة عند هذه النقطة ينبغي أن تكون "لا"، ولسبب جيد؛ إذ إن الفساد المطبق على السياسة الأمريكية قد تسبب في خلقه عقبة كئود، فمن الصعب الثقة في توقعات الإصلاح عندما يكون المشرعون والسياسيون واقعين تحت قبضة أروقة شركات الاتصالات، التي تنفق أموالاً طائلة. والمثير للدهشة هو القدر الضئيل من التغطية الإعلامية للنشاط السياسي أو الحورات، حول سياسة الإعلام في وسائل الأخبار، التي تمثلها الشركات. بالإضافة إلى أن النشطاء السياسيين يدركون جيداً، أنه - خلال الجيل السابق - قد وصل الحق السياسي إلى درجة الصفر في الإعلام، كهدف رئيس للعمل السياسي.

وبناء على دراسة (سالي كوونجتن Sally Covington) للأسس المحافظة، فإنهم قد أنفقوا حوالي نصف أموالهم على ترويج الحملة المؤيدة لوسائل الإعلام ذات الجناح اليميني، وإلغاء اللوائح عن وسائل الإعلام. وبالإضافة إلى جيوبهم الممتلئة، فإن هؤلاء المحافظين ذوي الأرصدة البنكية الضخمة يجدون أنهم يسيرون في مستنقع، منسجمين

أيدولوجياً مع كثير من وسائل الإعلام التجارية، خصوصاً حول مسائل السياسة الاقتصادية للمذهب الحر الحديث، والتجارة الحرة، والتدخلات العسكرية بالخارج. وفي لحظات كهذه، فإن وسائل الإعلام تبتهج بحرب دائمة لم يعلن عنها حتى الآن، ناهيك عن كونها قد شرحت بطريقة متماسكة أنها تبدو في موقع آخذ في التدهور فقط.

وأسهم هذا الشعور في إضعاف الروح المعنوية حول توقعات التغييرات الهيكلية في نظام الإعلام، وتوجيه الطاقات نحو الشيء الذي بإمكان التقدميين تغييره وتحسينه، وهو وسائل إعلامهم الخاصة. وعليه، فقد وُجه قدر كبير من الطاقة إلى النضال من أجل مستقبل شبكة إذاعة الباسفيك، وصب كثير من النشطاء السياسيين طاقاتهم في تطوير اتحاد الصحافة المستقلة، الذي نما نمواً دراماتيكياً؛ ليساعد ويحرض علامات الدوريات غير الربحية، التي عادة ما تكون صغيرة، وغالباً ما تكون مناضلة، وهي ذات توجه تقدمي في معظم الأحيان. كما أن عشرات مراكز الإعلام المستقلة المدفوعة من قبل المجتمع قد ازدهرت حول العالم منذ أول ظهور لها عام ١٩٩٩م، في "معركة سياتل"، حيث التحمت القوى التقدمية لإلغاء اجتماع لمنظمة التجارة العالمية (WTO). وتستفيد المراكز الإعلامية لـ(إندي: INDY) من التقنية الحديثة لتقديم قصص إخبارية منشقة وبديلة، وتعليقات خالية تماماً من توسط الشركات والمصلحة التجارية.

وكان الأمر الأكثر إثارة للاهتمام هو التركيز المتزايد لمراكز (إندي) الإعلامية على القضايا المحلية، مما جعلها بديلاً أصيلاً لوسائل الإعلام القائمة، بمستوى يُمَكّن ذلك البديل الإعلامي من تحويل الحوار.

وشاهدنا الأثر الإيجابي لحركة مراكز (إندي) الإعلامية في البداية في سياتل وواشنطن، أثناء الاحتجاجات المناوئة للشركات، وفي المواثيق القومية للحزبين الديمقراطي والجمهوري في صيف عام ٢٠٠٠م، وأثناء الحوارات الرئاسية الثلاثة التي تبعث على الحزن والأسى في خريف عام ٢٠٠٠م، في جميع مراحل إعادة

إحصاء الأصوات الانتخابية في ولاية فلوريدا، وأماكن الصراع حول العالم من القدس إلى (سان كريستو بال دي لاس كاس). إنه من المهم أن هذه الشبكة اللامركزية آخذة في النمو.

إلا أن الأمر الذي يعد في مثل أهمية هذا العمل هو أن هناك قيوداً متأصلة لما يمكن عمله إزاء وسائل الإعلام المستقلة، وحتى مع الوصول إلى تقنية الإنترنت.

وفي الغالب الأعم، تظل وسائل الإعلام البديلة على الهامش، مما يؤكد - على ما يبدو - أن تكتلات وسائل الإعلام التجارية أصبحت ضخمة جداً؛ لأنها (تعطي الناس ما يريدونه). والمشكلة مع هذا الانقطاع تؤكد أن وسائل الإعلام المملوكة للشركات قد سيطرت على عالم التجارة بسبب مكرها وحكمتها. وكما لاحظنا سابقاً، فإن نظام إعلامنا ليس هو النتيجة الشرعية لمنافسة السوق الحرة، بل هو نتيجة للدهلزة القاسية، (بمعنى: محاولة اكتساب التأييد لمسألة ما، عن طريق التحدث في الدهاليز إلى الأشخاص بغرض التأثير عليهم)، ونتيجة كذلك للمصالح التجارية الكبرى التي كسبت السياسات الحكومية الصريحة، والتي تسمح لها بالتخلي عن التزامات المصلحة العامة، وزيادة إضفاء الصفة التجارية على الإعلام والتكتلات الإعلامية. ومن المتعذر الدفاع عن قبول تلك الإعلانات الضخمة للأثرياء، ولإقناع أنفسنا "بالحرية"، لصياغة البدائل التي تحتل الهوامش فقط.

فكيف يمكننا إذن فرض تغيير في أنظمة الإعلام التي تهيمن على الحديث، وتؤدي إلى الحوار خلاف الواقع؟ إن ذلك يكون بتنظيم حركة ديمقراطية الإعلام لاتخاذ خطوة جبارة نحو الأمام.

ومشكلة الحركة لا ترجع إلى نقص الأنشطة، إذ تم تكوين جماعة الكفاح من أجل بث تلفزيوني أفضل لتعزيز تنظيم البث الإذاعي التجاري. وتنظم مجموعة التخدير التجاري حملات ضد إضفاء الصبغة التجارية على الثقافة، ويعمل كلٌّ من مركز

الديمقراطية الرقمية ومشروع الوصول إلى الإعلام في دهاليز السلطة في واشنطن، ويكافحان لكسب الاعتراف بقيم المصلحة العامة تحت أكثر الظروف التي يتخيلها الشخص صعوبة. وقد كسبت هذه الجماعات بعض المعارك المهمة، خصوصاً قضايا خصوصية تقنية الإنترنت. وبالرغم من جميع أعمالهم الجيدة، إلا أن نطاق حوار سياسة الاتصالات في واشنطن لا يزال ينتقل بعيداً، من خط شركة (جنرال الكتريك) إلى شركة (جنرال موتورز) لاستلاف خط من معرض (جيف كوهين).

وإلى الآن فلم يُستَمع إلى قضية إصلاح وسائل الإعلام في واشنطن، لذلك يقول النائب (جيس جاكسون) (D-IL) : "ليس من السهل العمل على جعل القضية الخاصة بالإصلاح مسموعة هذه الأيام، وأنا أواجه مشكلة في جعل حق التصويت لقضية الإصلاح يكون مسموعاً، ولكن هذا صعب بصفة خاصة فيما يتعلق بإصلاح وسائل الإعلام؛ ولهذا السبب فإننا نحتاج لعمل المزيد. وأسمع الناس في كل مكان يشككون أو يشتكون من وسائل الإعلام، ولكننا حتى الآن لم نضع تصوراً لكيفية ترجمة تلك الشكاوى إلى نوع معين من أجندة النشاط السياسي التي يمكنها البدء في تحريك الكونغرس، كما ينبغي أن يكون هناك مزيد من الضغط من خارج واشنطن لتطبيق إصلاحات محددة، وينبغي على الأعضاء أن يبدءوا الاستماع في مراكزهم المحلية إلى الذين يريدون إصلاح وسائل الإعلام".

وتوجد هناك قاعدة للحركة، لعمل قفزة كبيرة يمكن تحديدها بسهولة، فهناك تيارات قوية من النشاط السياسي حول قضايا الإعلام، والمشكلة هي أن تلك القضايا تظل لامركزية بدرجة كبيرة.

ولقد عمل ائتلاف خاص، لديه قواعد من القوة، تمتد من الجانب الشرقي الأسفل لـ(منهاتن) إلى (مورغان تاون) وغرب (فرجينيا)، لوضع الأساس لمحطات بث إذاعي مصغرة خلال السنوات القليلة الماضية. وعبر الأمة انطلقت جهود التنظيم

المحليـة، متحديـة لوحـات إعلانـات الكحـول في منـاطق الأقليـات والطبقـة العاملـة المجاورة، والإعلان في المدارس، والحالة المرعبة لأخبار التلفاز التجاري المحلي. ويتم حالياً رفع دعاوى قضائية مبتكرة من قبل جماعات إقليمية، مثل (روكي ماونتين ميديا ووتش: Rocky Mountain Media Watch)، واتحاد شركات قومي، حصل على الدعم من قوائم عالمية موحدة، وذلك تحدٍّ لأسوأ تجاوزات احتكار وسائل الإعلام. واجتمع علماء ومدرسو وسائل الإعلام الرئيسة في شهر أكتوبر عام ٢٠٠٢م، لتكوين منظمة قومية لمعرفة الإعلام، وهي ائتلاف العمل لتعليم الإعلام، وهي المنظمة التي سوف تظل مستقلة عن التكتلات الإعلامية، التي تساعد على تمويل الجماعات الحالية، وانضم نشطاء الإعلام في (هونولولو) و(سان فرانسيسكو) بنجاح إلى نقابات العمال، خصوصاً صحيفة (غيلد: GUILD) في هاواي، والجماعات المجتمعية؛ لمنع إغلاق الصحف اليومية التي قدمت قياساً للمنافسة والحوار.

إن أحد مصادر قلقنا الكبيرة هو أن مجموع الحركة الحالية لإصلاح وسائل الإعلام تقل كثيراً عن مجموع أجزائها. إننا بحاجة إلى تحسين شبكة منظماتنا، والتنسيق بين حملاتنا – بمقدار ضئيل من الموارد المتاحة، وغالباً ما تتسابق الجامعات المتحالفة لتقدم مقدارا ضئيلاً من التمويل النفيس. كما أننا نُجبَر أيضاً على الدفاع ضد مبادرات الشركات الجديدة، بدلاً من دعم وتأييد الإصلاحات الإيجابية بفعالية. ويجب علينا تنشيط وبناء الحركة باقتسام الموارد ووضع الخطط الإستراتيجية للعمل بفاعلية، بالطرق التي تدعم مجموعة متنوعة من الطرق والمداخل والشبكات والحملات في الأماكن الخاصة والشوارع، وبهذه الطريقة يمكننا بناء الائتلاف، وهو الائتلاف القومي لإصلاح وسائل الإعلام والضروري لدفع الحركة إلى الأمام.

ويجب علينا الاستمرار في تعليم أنفسنا ومجتمعاتنا – القضايا، وتوجيه قدر كامل من الطاقة نحو إضفاء الصفة الشعبية على تلك القضايا على المستوى القومي. وفي الحقيقة

فإنه ينبغي أن يكون الدور الرئيس للائتلاف القومي لإصلاح وسائل الإعلام هو إظهار وسائل الإعلام نفسها على أنها هي القضية، والتي يكون أعضاء الكونغرس والمشرعون الفيدراليون مسؤولين عنها، وهذه ليست نظرية راديكالية (جذرية).

ففي أستراليا مثلاً، نجحت سنوات النشاط السياسي في وضع قضايا الإعلام على جدول الأعمال، إلى الحد الذي اقترحت فيه حكومة حزب المحافظين برئاسة (جون هوارد) إلغاء الضوابط على ملكية وسائل الإعلام، فأصبحت قضية مهمة في الانتخابات القومية الأخيرة. ومع أن (هاوارد) تمكن من الاحتفاظ بالسلطة، فقد أعلن فوراً بعد الانتخابات أنه يبتعد عن دعم المقترحات، وقال هاوارد: "لن أحشر أنفي في هذا الأمر"، وأشار إلى المعركة المطلوبة لتأييد ودعم أجندة وسائل الإعلام المملوكة للشركات. فهل ذلك يعني أن رئيساً أمريكياً سيختار عدم التدخل في حركة التحالفات السياسية الشجاعة والجريئة؟

ولكون الإعلام قضية سياسية في أمريكا، فإن هذا سيضطر الائتلاف المفعم بالحيوية والنشاط إلى وضع القضايا على المستوى القومي.

والآن كيف يمكن بناء ذلك الائتلاف؟

أولاً وقبل كل شيء، عن طريق التنظيم في مجتمعات. نعم ينبغي أن تكون المؤسسات والمنظمات الأخرى غير الربحية مصدراً لجني الأموال للإنشاء المبدئي للحركة، إلا أن ائتلاف الإصلاح ينبغي أن يكون في النهاية واسع النطاق، وممولاً من قبل الأعضاء، مثل اتحاد (غرينبييس: GREENPEACE)، دعنا نقول اتحاد (رايفل RIFLE) القومي. وينبغي ألا يشعروا والنشطاء السياسيون بإحساس من الملكية، والتعلق بلوبي المواطن، إذا كنا نريد أن يكون هناك نوع من الأثر العميق المطلوب والممكن. ومن ثم، فإنه يجب علينا أن نجمع كافة الجماعات الحالية التي تكافح من أجل تغيير الإعلام، بالإضافة إلى المؤسسات والمنظمات غير الربحية، الراغبة في دعم

عمل هذه الحركة الجديدة. (جميع القضايا التي نتكلم عنها هي قضايا مترابطة، ونحن نكافح ضد مجموعة كبيرة من نفس الشركات).

فالشركات التي من المفترض أن تتنافس بعضها مع بعضها، من الناحية الفعلية تعمل معاً بطريقة جيدة عندما يتعلق الأمر بمحاولة كسب التأييد، يفسر ذلك (جيفري تشيستر: Jeffrey Chester) من مركز الديمقراطية الرقمية، فيقول: "ويجب أن نرتبط مع النشطاء السياسيين، ونبدأ في العمل معاً كما تفعل الشركات في الجانب الآخر".

فهل سيتقدم كل شخص على نفس الصفحة؟ لا. ولكن بعد سنوات من العمل مع هذه الجماعات في مختلف الأوساط، فإنه ليس لدينا شك من أن معظمهم سيتقدمون إلى نفس الصفحة.

وحتى إذا تمكنا من سحب جميع اللاعبين الرئيسين في إصلاح الإعلام في واشنطن وحول القطر، فإن ائتلافنا النامي لن يكون أكثر من كونه حاشية سياسية، إذا لم نصل بسرعة إلى ما بعد دائرة إصلاح وسائل الإعلام. ولدعم الحركة الجماهيرية فإنه ينبغي لنا الوصول، وإشراك الجماعات المنظمة والمنهمكة حالياً في نشاط قليل، عن طريق إصلاح وسائل الإعلام، إلا أن ذلك النشاط يتعرض لعقبات خطيرة من قبل النظام الحالي لوسائل الإعلام، وكان الحلفاء الطبَعيون لقضية إصلاح الإعلام غائبين لفترة طويلة من النشاط السياسي لإصلاح وسائل الإعلام والمنظمات التي ينبغي أن تتعاطف مع إصلاح وسائل الإعلام، والتي كانت نشطة في الأمم الأخرى. ونشير إلى العمل المنظم والمدرسين وأمناء المكتبات ومؤيدي مبادئ الحرية المدنية (وخاصة في الفكر والعمل) والفنانين والطوائف الدينية وجماعات المشاركة بنطاق واسع من الدفاع عن الحقوق المدنية.

وللتأكيد، فقد كانت هناك حركة ما في هذا الخصوص، فمثلاً قسم عمال الاتصالات بنقابات عمال أمريكا في صحيفة (غيلد)، التي تمثل الصحافيين وموظفي

الصحف الآخرين عبر القطر، فإن هذا القسم أصبح لاعباً خطيراً، وذكياً في الحوارات حول احتكار وتنوع وسائل الإعلام. ونظمت المنظمة القومية للنساء (NOW)، والعديد من جماعات حقوق المعاقين، بالإضافة إلى عدد من منظمات الشاذين جنسياً والسحاقيات حملات نقدية فعالة ومؤثرة للتغطية الإعلامية السائدة للقضايا المتعلقة بمجتمعاتهم، وبصورة متزايدة بهياكل الإعلام.

واستهدفت كل من منظمة (NAACP) ومنظمة (RAINBOW/PUSH ACTION NETWORK) استهدفتا الإعلام كمحور ارتكاز رئيس لأنشطتهما، وتنظيم المنتديات، وإرسال القادة لتقديم الأدلة أمام الكونغرس، وإثارة أسئلة صعبة حول السياسات الفيدرالية، فيما يتعلق بملكية الأقلية لشبكات البث الإذاعي. وكانت الكنيسة المتحدة تؤدي عملاً جيداً لسنوات عديدة، ويقوم الوحدويون الآن بدعم بعض المبادرات الحيوية لإصلاح وسائل الإعلام.

وذهبت الأكاديمية الأمريكية لطب الأطفال إلى حد بعيد جداً، عندما قررت في عام ١٩٩٩م أن التلفاز التجاري يعد خطراً على الصحة العامة للأطفال، ولكن ينبغي توحيد هذه الجماعات معاً لوضع الخطط الإستراتيجية، ومضاعفة أثرها إلى الحد الأقصى على المستوى القومي.

وفي الوقت الذي يبدو فيه أن الجماعات التي عانت طويلاً من تجاهل وسائل الإعلام للمصادقة على الإصلاح الأساسي لهذه الوسائل، فإنه لا توجد ضمانات تبين لنا أن هذه الجماعات سوف تصنف ببساطة كشركاء في الائتلاف.كما أن شركات الإعلام لا تؤثر فقط على أعضاء الكونغرس، ولكنها أيضاً تؤثر على عدد كبير من الجماعات التي تعاني من النظام الحالي، وتم شراء بعض تلك الجماعات من قبل شركات (AOL.VERIZON)، والشركات الإعلامية الضخمة الأخرى، خصوصاً الأقسام الكبيرة لحزب العمل، والتي كانت مقتنعة من أن لديها مصلحة في المحافظة على الوضع الراهن، الذي يضر بها باستمرار.

ويحتاج بناء الائتلاف إلى كمية هائلة من التعليم، والتنظيم القديم الذي سيتعرض - بالضرورة وفي عديد من الحالات - إلى الضغط من جماعات المصلحة العامة الرئيسة ونقابات العمال؛ من أجل إشراك القيادة القومية لتلك المنظمات. ويحتاج بناء الحركة إلى تزويد المنظمات القادرة، التي شاركت من قبل في النضال، تزويدها بالموارد للسفر وللتنظيم والتعليم. إنه عمل صعب ولكن يمكن القيام به. خذ في الاعتبار نجاحات حملة تجارة المواطن، وحركة اليوبيل الفضي عام ٢٠٠٠م لسحب ائتلافات متنوعة للعمل على قضايا دولية معقدة للتجارة والتطوير.

وبعد مشاهدة التغطية الكئيبة للانتخابات المتنازع على نتيجتها عام ٢٠٠٠م، والمرحلة الأولى من رئاسة (بوش Bush) وآثار حادثة ١١ سبتمبر - فإنه لن يكون من الصعب عرض قضية إصلاح وسائل الإعلام على مؤيدي الحرية المدنية، (وبخاصة في مجالي الفكر والعمل)، ونشطاء مبادئ السلام الدينيين، والعرب الأمريكيين، ونقابات العمال المشردين، والمعزولين، والمواطنين، الذين استشاطوا غضباً من التغطية الإعلامية للتطورات الدولية والمحلية. ويعلم ملايين الأمريكيين من خلال التجربة المريرة أنه لا بد من أن يأتي وقت للتغيير، وهذا هو الوقت للعمل على بدء إحداث ذلك التغيير.

وبإدراك نطاق القضايا التي هي عرضة للخطر، فإن البعض سيؤكد أنه حتى في حالة نجاحنا في بناء جبهة موحدة حقاً لإصلاح وسائل الإعلام، فإن الحركة لن تكون كافية لاستيعاب تكتلات الإعلام والأشخاص القائمين بالدهلزة، (القائمون بمحاولة اكتساب التأييد أو التأثير على المندوبين بصدد مسائل تعينهم)، والساسة الذين تم شراؤهم - إلا أننا نعتقد أنه بإمكان تلك الجبهة الموحدة أن تنجز كثيراً من الأعمال.

وحتى في هذه الأيام لهيمنة الجناح الأيمن بالكونغرس، فمن المهم التذكير بأن الطوائف الدينية التقدمية، والجماعات الاستهلاكية، والمنظمات الطلابية، والحقوق

المدنية، وائتلافات الحقوق النسائية، وحركة العمل، وجماعات المزارع، ونشطاء مجمعات السجون، والمجمعات الصناعية، ونقاد السياسة الأجنبية - إنهم جميعاً يوفرون القاعدة التي يتم من خلالها ممارسة الضغط لإحداث التغيير. وإذا كان هناك درس واحد نشأ عن معركة سياتل عام ١٩٩٩م فإن الشعار القديم "أن الناس المتحدين لن يهزموا إطلاقاً"، والذي كان أكثر شرعية مما اعتقد عديد من الناس من قبل.

واستناداً إلى الدروس المستفادة من نجاحات الحركة المناوئة للعولمة في (سياتل) وحول العالم، فإنه ينبغي لنا رسم خطة لإصلاح وسائل الإعلام مع البرنامج الانتخابي الأكبر للتغيير الديمقراطي في أمريكا اليوم.

وطلب العدالة الاجتماعية هو الأساس لذلك البرنامج الانتخابي والعدالة الاقتصادية والعدالة العنصرية والعرقية (الاثنية) والعدالة البيئية. وفي الولايات المتحدة الأمريكية اليوم، فإن واحداً بالمئة من أكثر السكان ثراء لديهم مبالغ طائلة من الأموال، لينفقوها مثل المبالغ المتوافرة لدى السكان الأمريكيين الأثرياء، والبالغ عددهم ١٠٠ مليون أمريكي، وهو ضعف النسبة قبل عشرين سنة مضت. ويعزز النظام السياسي هذا التباين بكونه الآن لعبة للعمل التجاري، حيث تم دفع مصالح توازن المجتمع إلى الهوامش إن لم يتم نسيانها. ويعزز نظام الإعلام المتحد هذا التباين ويحد من إمكانية الإصلاح الديمقراطي؛ ولهذه الأسباب فإنه يجب علينا رسم خطة لمشروع التغيير الجذري بالإعلام، وتحويلها إلى عمل للحركة الكبرى للسلام والديمقراطية والعدالة الاجتماعية.

ولهذا السبب، فإننا نعود إلى النقطة التي برزت بقوة في تحليل إصلاح وسائل الإعلام حول العالم، وهي أهمية تقديم الأحزاب السياسية للقيادة الضرورية لإقحام القضية داخل الميدان السياسي. وفي الولايات المتحدة الأمريكية، فإن كلاً من المستويين العلويين للحزبين الجمهوري والديمقراطي خاضعان لسيطرة شركات الإعلام والاتصالات العملاقة، ومن غير المحتمل توقع حدوث طفرات هناك، إلا أن يتم إنجاز

عمل كبير، والمكان المنطقي لبدء ذلك العمل الكبير من المفترض أن يكون لدى الأحزاب والزمر الصغيرة لليسار في أمريكا، بالإضافة إلى أسس وقواعد الحزب الديمقراطي.

ولقد بدأ حزب الخضر في التعامل مع قضايا إصلاح وسائل الإعلام على نطاق واسع؛ نظراً لأن مرشح الحزب الرئاسي لأعوام ١٩٩٦و٢٠٠٠م (رالف نادر)، كان لأكثر من عقد من الزمن من أكثر النقاد البارزين لاحتكارات وسائل الإعلام، وتحويلها إلى شركات وهيمنتها على الأخبار، ويعد الحزب الجديد وحزب العمل وحزب الاشتراكيين الديمقراطيين الأمريكي وحزب الأمريكيين للعمل الديمقراطي وحزب العمل الأمريكي - أدوات منطقية لتأييد ودعم أجندة إصلاح الإعلام، وينبغي لجميع هذه الجماعات دمج قضايا إصلاح الإعلام داخل برامجها الانتخابية وتمثيلها العام. وهذه المنظمات التي تتبنى مواقف مماثلة لعدد كبير من القضايا، من المحتمل أن تتبنى رؤية مشتركة، كخطوة نحو بناء نوع من ائتلافات حزب العمل، وحزب اليسار، وحزب الخضر، وحزب المساواة بين الجنسين، وائتلافات الملونين في حزب التحالف بنيوزيلندا، وحزب التحالف في أيسلندا، وتصنيفات حزب اليسار الثالث الأخرى.

وفي نفس الوقت، فإننا نتوقع أن تتبنى الجماعات الأساسية داخل الحزب الديمقراطي التي تميل عضويتها نحو الجناح الأيسر أكثر من ميل قيادتها، إنها سوف تتبنى قضية إصلاح وسائل الإعلام، وتجعل من إصلاح الإعلام مكوناً أساسياً لبرامج الحزب الانتخابية في الولايات والأقاليم، التي يمكن فيها للقيم التقدمية أن تستنزف أموال الشركات. ويعد جلب نشطاء الإعلام على نفس الصفحة تقريباً أمراً أساسياً، وجميع التنظيمات في العالم لن تصعد إلى جبل من "الفاصوليا"، ما لم يكن هناك شيء ما ملموساً للكفاح من أجله وكسب القضية. والشيء الإلزامي لبناء ائتلاف لإصلاح الإعلام هو المقترحات التي يمكن مناقشتها والدفاع عنها وتطبيقها.

ويحتاج إصلاح وسائل الإعلام إلى مثيلاته، وهي قانون حقوق التصويت أو تعديل الحقوق المتساوية. وهي إصلاحات بسيطة وأساسية يمكن لأي شخص أن

يفهمها، ويتبناها، ويدافع عنها في قاعات نقابات العمال وقبو الكنائس والجمعيات المدرسية. وينبغي أن يكون هناك تشريع من أجل إعطاء النشاط السياسي الإحساس بالأهمية والمسؤولية. وفي الوقت الذي تتجول فيه عديد من الحركات حول ممرات الـ(كابيتول) للبحث عن حلفاء، فإن حركة إصلاح الإعلام لا تفعل ذلك.

وكما لاحظنا، فإن عديداً من أعضاء الكونغرس الذين يحتلون مواقع جيدة أبدوا رغبتهم في تطبيق أجزاء مستقلة من التشريع، والتي يمكن بناء حركة إصلاح وسائل الإعلام حولها. ولا يمكن التقليل من شأن أهمية الأجندة التشريعية، ويتم جذب النشطاء السياسيين الأساسيين نحو آلاف الاتجاهات هذه الأيام، وهم يستثمرون وقتهم بحكمة نحو تحقيق غرض من الأغراض، ويريدون أن يعملوا من أجل الأهداف التي يكون من الصعب تحقيقها في المدى القصير، ولكنها على الأقل تُحدَّد بوضوح.

وتسمح الأجندة التشريعية للنشطاء السياسيين بالوقوف في أحد اجتماعات جماعة مسجد ما، أو اجتماع نقابة محلية، ويقول مثلا: "نحن جميعاً نعاني من وسائل الإعلام، ويمكننا الآن أن نفعل شيئاً ما لإصلاحها، وهناك لجنة الكونغرس تعد العدة للنظر في إصدار قانون يتناول كثيراً من أخطاء وسائل الإعلام المملوكة للشركات، دعنا نخبر ممثلينا في واشنطن بأننا نريد منهم العمل على إجازة تشريع إصلاح وسائل الإعلام".

ويأخذ قدر كبير من غضب المواطنين من وسائل الإعلام شكل المقاطعات والاحتجاجات، التي تنوي إحراج شركات الإعلام العملاقة لإصلاح طرقها. ولقد أثارت المقاطعات والاحتجاجات في السنوات الأخيرة اهتمام مستويات عليا من المحتوى الجنسي للأطفال والعنف في الوقت الرئيس للبث التلفزيوني؛ مما يحط من قدر صور النساء والمجموعات العرقية (الاثنية)، والشواذ جنسياً، والسحاقيات، وانعدام التنوع الثقافي في البرامج الترفيهية. وبنفس الطريقة برزت حركة قوية لتعليم الإعلام،

تحاول تعليم أطفال المدارس والمراهقين كيفية عمل نظام الإعلام التجاري ؛ لكي يكونوا مستهلكين مثقفين.

وفيما يتعلق بالصحافة ، فإن هناك حركة "للصحافة المدنية" تحاول إقناع الصحافيين أن يقوموا بإصلاح ممارساتهم لإنتاج عمل ، سيقدم من الناحية النظرية معلومات يحتاجها المواطنون لاتخاذ القرارات السياسية ، ومعظم هذه الحركات قائمة على المشاكل الحقيقية ، ولكنها جميعاً تنأى بنفسها بعيداً عن النقد الهيكلي ، الذي يتحدى حكم مصالح الشركات والمصالح التجارية على وسائل الإعلام ، ولذلك فهي مقيدة فيما يمكنها إنجازه.

وفيما يتعلق بجماعات تحاول كسب التأييد ، والتي تركز بصفة خاصة على المسائل القانونية ، فإنه ينبغي شحذ هذه الجهود من قبل الحركة الشعبية لإصلاح وسائل الإعلام ، التي تضع شركات الإعلام العملاقة ومنطقها التجاري على الكرسي الساخن ، وشاهدنا هذا الشيء يحدث مع حركة القوة السفلى التي بدأت في المشاريع السكنية والمدن الداخلية ، وانتشرت على الجماعات الأساسية المدفوعة بالعمل التطوعي ، ثم إلى النشطاء السياسيين الاحترافيين والجماعات السياسية. وقد نجح هذا الائتلاف المتنوع في دفع (FCC) لإنهاء حظرها المفروض لمدة اثنتين وعشرين سنة على إصدار تراخيص لراديو (FM).

ولا توجد هناك طريقة حول ذلك المشروع ، حيث إن الإصلاح الهيكلي للإعلام يعد إلزامياً ، إذا كنا جادين في تناول أزمة الديمقراطية في الولايات المتحدة الأمريكية.

وبعد التحدث مع النشطاء السياسيين والمشرعين واستعراض التقدم الذي حدث في البلدان الأخرى والدراسة الجادة للحقائق السياسية لأمريكا اليوم - فإننا ننظر إلى المقترحات التالية كمقترحات أساسية ، على الرغم من أنها بالتأكيد ليست مقترحات حصرية وإنما هي نقاط بداية لتحريك أجندة إصلاح وسائل الإعلام :

- إنشاء طبقة كاملة من محطات الإذاعة والتلفزة غير التجارية عبر الأمة.

- تطبيق القوانين الحالية المناوئة للاحتكار على الإعلام، وتوسيع نطاقها عند الضرورة؛ لتقييد ملكية محطات الإذاعة بمقدار محطة أو محطتي إذاعة للمالك فقط، والأخذ في الاعتبار خطوات مماثلة لمحطات التلفزة والتحرك لكسر إغلاق سلسلة الصحف على الأقاليم بأسرها.

- إجراء دراسة رسمية لتحديد اللوائح العادلة لملكية الإعلام عبر كافة القطاعات.

- تجديد وشحن البث الإذاعي الحكومي لإلغاء الضغوط التجارية، وتقليل الضغوط السياسية المباشرة وخدمة المجتمعات بدون دخل مالي كبير.

- تخصيص ضريبة ائتمانية بمبلغ ٢٠٠ دولار أمريكي، يمكن لأي دافع ضرائب أن يستخدمها لتطبيق نظام دفع الضرائب بالدولار لأي شركة غير ربحية، طالما التزمت بمعايير خدمة الإيرادات الداخلية، وسوف تسمح هذه الأداة لمحطات الإذاعة والتلفزة الجديدة ومحطات الإذاعة الحالية وصحف نقابات العمال والمنشورات الأخرى.

- أن يكون لديها موارد لتقديم تغطية إخبارية جادة وبرامج ثقافية.

- تخفيض تكاليف البريد للمنشورات غير الربحية وغير التجارية.

- إلغاء الإعلانات السياسية للمرشحين، كشرط لإصدار ترخيص لمحطة الإذاعة، أو الاشتراط على محطة الإذاعة القيام بعمل إعلانات مجانية لمدة مماثلة لجميع المرشحين الآخرين على قائمة الترشيح، وذلك مباشرة بعد دفع قيمة الإعلان السياسي من قبل المرشح.

- تقليل أو إلغاء الإعلانات التلفزيونية للأطفال دون الثانية عشرة من العمر.

- تجريد أخبار التلفزيون المحلية من الصفة أو الصبغة التجارية، في مقابل منح حق الوصول إلى موجات الأثير الهوائية التي تجعل شركات الإعلام ثرية، شريطة أن

تخصص تلك الشركات ساعة واحدة كل يوم للبرامج الإخبارية من الوقت التجاري المجاني، مع تخصيص ميزانية، استناداً إلى النسبة المئوية لعائدات محطة التلفزيون، وهذا سيتيح للصحافيين الحرية في إنجاز مهمة إعلام المواطنين، والسماح للمحطات بالتنافس على أساس جمع الأخبار ذات النوعية الجيدة تجاه الإثارة (اللجوء إلى معالجة الموضوعات المثيرة).

– تجديد قوانين حقوق التأليف والنشر؛ لتحقق الهدف المنشود، وهو حماية قدرة المنتجين المبدعين على كسب قوتهم، وحماية حقوق الجمهور في التمتع بملك عام صحي وقابل للحياة والنمو.

وهناك عديد من هذه الأفكار معروفة لدى الأمريكيين؛ ويعبرون عنها عندما يجدون فرصة للاستماع إلى تلك الأفكار، بالإضافة إلى أن الحماس يميل نحو عبور الطيف السياسي، وقدر كبير من تفاؤلنا يستند إلى البحث الذي يظهر إلى أي مدى تعمل أروقة الإعلام المتحدة بصورة ماكرة، على إبقاء عملائها في واشنطن بعيداً عن الرأي العام، وهم يشتبهون في نفس الشيء الذي نشتبه فيه، وعندما يسمع الناس عن فساد صنع سياسة الاتصالات، فإنهم يصابون بالرعب، وعندما نفهم نحن كبلد ديمقراطي في إصلاح وسائل الإعلام، فإن ملايين الناس سيميلون نحو إصلاح وسائل الإعلام، ولهذا السبب فإن هدفنا المباشر لبناء ائتلاف جديد لإصلاح الإعلام، هو تطبيق هذه الأفكار وإشعال نار النقاش والحوار.

وبمجرد أن يدرك مواطن هذا البلد أن وسائل الإعلام هي قضية، وأن لدينا السلطة في توجيه الاستجابة الحكومية نحو تلك القضية – فإنه سيكون من السهولة بمكان تحقيق انتصارات صغيرة، تشجع على مزيد من المعارك المثيرة، والتي لم تُشَنّ حتى الآن.

إنني مقتنع أنه عندما يبدأ الناس في التحدث عن هذه القضايا الكبيرة أو هذه القضايا الأساسية، وعندما يفهمون أن لديهم القوة كمواطنين في بلد ديمقراطي على

الاستيلاء على السلطات المستقبلية، وتغيير الكيفية التي تتم بها تلك الأشياء - فإن التغيير يصبح ضرورة حتمية.

يقول النائب الأمريكي (جيس جاكسون: Jesse Jackson Jr.): "إن التحدي بالطبع حمل الناس على الإدراك بأن لديهم تلك القوة".

ولا يمكن أن يكون الائتلاف الجديد لإصلاح وسائل الإعلام - والذي نتصوره - ببساطة العمل نحو يوم المحاسبة العظيمة، وينبغي أيضاً أن يكون له هدف على المدى القريب، والمتمثل في التنظيم حول المسائل السياسية الملحة، التي تُتناول حالياً في واشنطن، وكما نكتب، فإن (FCC) تنظر في إلغاء القوانين المتبقية، التي تمنع توحيد وسائل الإعلام، بما في ذلك امتلاك محطات التلفزة والصحف في نفس المجتمع، وتحد من عدد محطات التلفزة، وأنظمة التلفاز الكيبلي التي تمتلكها شركة واحدة على نطاق قومي.

كما أن نجوم وسائل الإعلام المملوكة للشركات يضعون ضغطاً كاملاً على (FCC)، ويندر أن تصدر مقاومة من شركة(FCC)؛ نظراً لأن عديداً من السياسيين الذين قام أولئك النجوم الإعلاميون بتعيينهم، يُموَّلون من نفس الشركات، كما أن التخلي المقترح عن هذه اللوائح سوف يزيد قيمة الأسهم بهذه الشركات زيادة دراماتيكية (مثيرة)، وسيؤدي حتماً إلى موجة هائلة من الاندماجات وامتلاك الشركات الجديدة. وإذا كان الدرس الذي تعلمناه من الإلغاء السابق للوائح الملكية، خصوصاً القوانين الصادرة عام ١٩٩٦م، والتي بموجبها تقرر تصغير حجم ملكية محطات الإذاعة. فإذا كان ذلك الدرس يقدم إشارة إلى أين سوف يأخذنا هذا التغيير، فإنه يمكننا توقع تخفيض التمويل للصحف، وزيادة التمويل التجاري بوسائل الإعلام. وكل هذا يحدث وراء كواليس صحافة الشركات، ولا يُبلَّغ عنه، ولا يُفحَص، وكما كان هناك قانون للاتصالات السلكية فقد كان قانون الاتصالات السلكية واللاسلكية، وبناء عليه فإن هذا هو الوقت المناسب لشن هجوم منظم من قبل مجموعة متنوعة من جماعات المواطنين، وهي الحركة المزدهرة لإصلاح وسائل الإعلام.

وخلال أوقات الانبعاث السياسي الشعبي طوال القرن العشرين، برز النشاط السياسي لوسائل الإعلام كقوة مهمة. وكانت تلك القوة أكثر حدة في العهد التقدمي، عندما قوبل نهوض النظام الرأسمالي الحديث بوسائل الإعلام بنقد تقدمي وجذري متواصل، من أمثال: أبتون يوجين: Upton Eugene)، وفيكتوردبس: Victordebs)، و(روبرت لا فوليت: Robert M. La Follette Sinclair)، وسيكون من الصعب المبالغة في الدور البارز الذي لعبه نقد الصحافة الرأسمالية عبر الثقافة السياسية للعقدين الأولين من القرن العشرين. وفي الثلاثينيات نشأت حركة مغايرة لمحاربة إنشاء البث الإذاعي التجاري، وحركة المستهلكين المنظمة لتقييد الإعلانات في مجتمعنا بصورة جذرية. وفي سنوات ما بعد الحرب حاول مجلس المنظمات الصناعية إنشاء شبكة راديو (FM) القومية، وكانت هي أول إصابات الحرب على حزب العمل المستقل وحزب اليسار، والتي ميزت تلك الفترة. وفي الستينيات وضعت الصحافة الخفية البنية الأساسية لحركات الحقوق المدنية والحركات المناوئة للحرب.

وفي الثمانينيات أدى رد الفعل ضد التغطية غير النزيهة والسيئة السمعة لأمريكا اللاتينية، أدى إلى نشوء جيل جديد من جماعات الحراسة على وسائل الإعلام.

والحركات التي نتحدث عنها نشأت عن اليأس من فشل منافذ الطباعة والبث الإذاعي لخدمة ما يشير إليه (يوجين ماكرثي: Eugene Macarthy): "إن إصلاح وسائل الإعلام في بلد ديمقراطي أكثر وظائف الصحافة أهمية، ولا نحتاج إلى دليل أكثر من اللحظة الراهنة، لتخبرنا أن الوقت قد حان لبناء حركة واسعة النطاق لإصلاح وسائل الإعلام".

نعلم أن هناك ألف حالة من الإحباط وخيبة الأمل ماثلة أمامنا، كما أن رحلتنا مثل رحلة جميع المصلحين الحقيقيين ستكون رحلة طويلة، ولكن خذ في الاعتبار إلى أي مدى يمكن أن تأخذنا؟ وكيف سيكون شكل وسائل الإعلام الأمريكية في حالة سن جميع أجندة الإصلاح التي نقترحها؟

وسيتم تقليص سيطرة الشركات على الانسياب الحر للمعلومات، وسوف تزدهر وسائل الإعلام المتنوعة تنوعاً حقيقياً، إبداعية متعددة الثقافات، تعمل على تحقيق المصلحة العامة وعبر الدولة، وبهذا ستظهر مجموعة مذهلة من وسائل الإعلام البديلة المحلية والقومية غير التجارية وغير الربحية والممولة تمويلاً جيداً. وفي هذا العالم الجديد، فإن سوق الأفكار المخصص سيصبح سوقاً عاماً، وحديقة مزهرة ومفعمة بالحيوية والنشاط، وليس سوقاً تجارياً نعاني منه حالياً، وحينئذ لن تضمن وسائل الإعلام تلك نهاية الظلم والفقر أو الاضطهاد، ولكنها ستضع أساساً مفيداً جداً لمجتمعاتنا في تناول ومواجهة القضايا المهمة في أوقاتنا.

ولكن هل هذه رؤية وهمية (يوتوبية)؟

لقد كانت حركة الإلغاء وحق النساء في التصويت ونقابات العمال والحقوق المدنية والضمان الاجتماعي - كلها كانت وهمية (يوتوبية) في وقت سابق من التاريخ الأمريكي.

وهل سيجر نضال البرنامج الانتخابي حول قضايا الإعلام الحزب الديمقراطي لمواجهة تياره نحو اليمين؟ بالإضافة إلى قطع العلاقات بين قيادته المحافظة وعضويته الجماهيرية الأكثر تقدماً؟

من الممكن أن يحدث ذلك، ولكن على الأقل سوف يحدد ذلك البرنامج الانتخابي الإعلام كقضية؛ والتي من أجلها تكون المعركة ليست معقولة فقط، ولكنها معركة ضرورية. وستؤدي معارك من هذا النوع إلى جذب الأعضاء المتعاطفين في الكونغرس إلى الشجار، وإذا أيد الديمقراطيون مجلس النواب فإن الرجل الذي سيرأس اللجنة القضائية القوية هو (جون كونيرز : John Conyers)، ويقول (كونيرز) الناقد لاحتكار وهيمنة الإعلام: "أعتقد أنه سيكون من المهم جداً عقد جلسات استماع حول البعض من هذه القضايا". وهذه قفزة ملحوظة، من أول اجتماع برلماني

حول سيطرة الشركات على وسائل الإعلام إلى سماع اللجنة القضائية بمجلس النواب لقضية سيطرة الشركات على وسائل الإعلام.

وفي الوقت الذي تكون فيه حوارات وجلسات الاجتماع داخل الكونغرس ذات أهمية بالغة، فإنها لن تكون الغرض الرئيس لهذه الحركة، بل إنها مجرد أدوات لتطوير النظرية القائلة بأنه من الممكن أن تكون وسائل الإعلام قضية في أمريكا. ونعتقد أن ثمرة تلك النظرية هي التي ستؤدي إلى قفزة مخلصة من جانب ملايين الأمريكيين، الذين سيدركون أن إعلان التحدي أمام عمالقة الإعلام وأقطابهم السياسيين لا يعدو كونه أكثر من مجرد تسلق قمة جبل، أكثر من إعلان التحدي أمام مدنسي سمعة الشركات خلال الستينيات والسبعينيات، أو مدنسي سمعة منظمة التجارة العالمية خلال التسعينيات.

وإن الإدراك بأن المكون الأساسي الثالث من معادلة (جيلورد نيلسون: Gaylord Nelson) يعد مكوناً مهماً لإطلاق العنان لنوع من العمل الأساسي الواسع النظام - سيؤدي في النهاية إلى أن تكون وسائل الإعلام قضية أصلية ومستمرة في أمريكا. "إننا نتجول مع كل هذا الإحباط حول الإعلام، إلا أن معظمنا يعتقد أن ذلك الإحباط يحدث لنا"، كما يشرح (باتي ألين: Patty Allen) الناشط السياسي في حزب العمل، الذي عمل لمدة ثلاث وعشرين سنة في مصنع (أوسكار مايور: Oscar Mayor) لتعبئة اللحوم في ولاية (ويسكنسون: Wisconsin)، ثم تحول إلى مناصر لقضايا الإعلام مع (رالف نادر: Ralph Nader)، ثم يضيف: "عندما سمعت (رالف) يقول في البداية أننا نمتلك موجات الأثير الهوائية، وأنه يحق لنا المطالبة بشيء ما أفضل في المقابل - فإنني أتذكر مدى الحرية التي شعرت بها، وكنت أقول وأنا أهتف بتعجب: أما وقد عرفت هذه الحرية فماذا أفعل؟ أين سأوقع؟ كيف يمكن أن أطالب بالتغيير؟ أعتقد أن هناك كثيرين مثلي في جميع أنحاء هذا البلد، والمستعدين لذلك العمل، ولكننا بحاجة إلى الإحساس بأننا لا نضيع وقتنا".

وينبغي ألا تكون وسائل الإعلام عدواً لرغباتنا في التجديد الديمقراطي في أمريكا، ويمكن أن تكون وسائل الإعلام - كما قصد (ماديسون)، وخصوصاً (توم بَين: Tom Paine) أكثر مؤسسينا رؤية - أداة بواسطتها يؤكد المواطنون المعلومات المتضمنة أنهم يريدون أن يكونوا هم الحكام وليسوا المحكومين. وهذا هو المستقبل المحتمل عندما يمكننا المطالبة بصورة واقعية وقوية بإصلاحات، نعلم جميعاً أنها إصلاحات ضرورية. ولقد شاهدنا أن هذا المستقبل بدأ يأخذ شكله الطبيعي. وعلى مشارف نهاية أول اجتماع برلماني عقد في مدينة (فيرمونت: Vermont)، وقف رجل في نهاية الأمسية قائلاً: "ليس لدي سؤال أو تعليق، إنما أريد فقط أن يعلم الناس كافة أن بعضنا سوف يجتمع يوم الثلاثاء، للتحدث عن تنظيم مجموعة هنا في المدينة؛ للعمل على إثارة قضايا الإعلام التي تحدثنا عنها الليلة، ولا يمكننا أن ننتظر شخصاً ما ليخبرنا متى تبدأ هذه الحركة، إننا سوف نبدأ معاً".

وعندما يكون هناك ألف رجل وامرأة مثل صديقنا في (مونبيليه: Montpelier)، فإننا لم نعد نواجه مسألة ما إذا كان الإصلاح ممكناً. والمسألة الوحيدة المتبقية ستكون: متى ستتاح لنا الفرصة لكي نبدأ قراءة وسماع ومشاهدة تقارير عن الديمقراطية المتجددة، والتي ستكون الموضوع الرئيس لإعلامنا وليس إعلامهم.

ملحوظة عن المصادر
A Note on Sources

يمكن الحصول على مراجع بعض مواد هذا الكتاب في كتابنا السابق: "إنها وسائل الإعلام الغبية - سبع قصص صحفية" (It Is The Stupid Media)، الذي صدر عام٢٠٠٠م. وتأتي مادتنا من التقارير الإخبارية الحديثة والمنشورات التجارية، وتكاد تكون جميع الاقتباسات مشتقة من مقابلات شخصية أجراها المؤلفون.

ولمزيد من المناقشات المفصلة لهذه القضايا مع حواشي كافية - يرجى الاطلاع على كتاب (روبرت. دبليو ماك جزني Robert W. McChesney): "وسائل الإعلام الغنية" (Rich Media)، و"الديمقراطية الفقيرة" (Poor Democracy)، و"علم الاتصال السياسي" في مجلة (Dubious Times)، و(أخبار صحفية) عام٢٠٠٠م، وكتاب (روبرت. دبليو. ماك جزني) و(جون بيلامي فوستر: John Bellamy Foster): "الصورة الكبيرة" (Big Picture)، و"فهم الإعلام عبر الاقتصاد السياسي" (العرض الشهري للصحف عام ٢٠٠٣م).

نبذة عن المؤلفين
About the Authors

يعمل (روبرت دبليو ماك جزني : Robert W· McChesney) أستاذاً (بروفسور) في معهد بحوث الاتصالات والكلية الجامعية للمكتبات والمعلومات بجامعة (الينوى) في (أوربانا شامبين). وقد قام (ماك جزني) بكتابة وتحرير ثمانية كتب، وبعض كتبه فازت بجوائز. وهي : (الاتصالات السلكية واللاسلكية)، و(وسائل الإعلام الجماهيري والديمقراطية : معركة السيطرة على وسائل الإعلام الأمريكية ١٩٢٨-١٩٣٥)، طبع في مطبعة جامعة أكسفورد، ١٩٩٣م، و(الإعلام : الشركات الكبرى والخطر الذي يتهدد الديمقراطية - سبع قصص صحفية، ١٩٩٧م، وألف بالاشتراك مع (إدوارد اس هيرمان) : (وسائل الإعلام العالمية : المبشرون الجدد برأسمالية الشركات)، طبع في كاسيل ١٩٩٧م. وأحدث كتاب من تأليف (ماك جزني) هو الكتاب الحائز على جوائز متعددة، بعنوان (وسائل الإعلام الغنية، الديمقراطية الفقيرة : علم الاتصال السياسي في مجلة : Dubious Times)، (أخبار صحفية ٢٠٠٠م).

(جون نيكولاس : John Nichols) هو مراسل واشنطن لمجلة (The Nation)، ومحرر مشارك لمجلة (The Capital Timeclarion) في (ماديسون)، وهو مؤلف كتاب :

(يهود بوكانان Buchanan : هل سمعت قصة هواة الرئاسة الأمريكية (الصحافة الجديدة)). لقد فاز بمكافأة (كلاريون : Clarion) للكتابة في أحد أعمدة الصحف، وجائزة اتحاد الصحافة الداخلية لأفضل كتابة تحريرية بالصحف الأمريكية.

(نعوم شومسكي : Noam Chomsky)، هو ناشط سياسي عالمي مشهور، وكاتب وأستاذ في اللغويات بمعهد (ماساشويتس) للتكنولوجيا، حيث يقوم بالتدريس هناك منذ عام ١٩٥٥م، وهو مؤلف لعديد من الكتب، ومنها كتاب (تصنيع الاتفاق : Manufacturing Consent)، الذي ألفه مع (إدوراد اس هيرمان : Edward S. Herman)، وكتاب (المناهضون للحرب العالمية)، وهو من أكثر الكتب العالمية المناوئة للحرب.

(باربرا إيرنيريتش : Barbara Ehrenreich) مؤلفة لعديد من الكتب، ومنها كتاب (طقوس الدم : Blood Rites)، و(أصول وتاريخ انفعالات الحرب : Origins and History of the Passing of War)، و(الخوف من السقوط : Fear of Falling)، و(الحياة الداخلية للطبقة الوسطى : The Inner Life of the Middle Class)، و(نيكل وديمل : Nickel And Dimel: On (Not) Getting By In America).

(رالف نادر : Ralph Nader)، وهو ناشط سياسي، وكان مرشحاً رئاسياً عن حزب الخضر عام ٢٠٠٠م.

عن الكتاب :

"الكتاب عبارة عن تحليل ذكي وماهر يقدم حلولاً مقنعة وآنية ... لقد أحببت الكتاب... إنه يعبر عن آرائي ومشاعري".

[باتي سميث Patti Smith].

"يقدم (ماك جزني) و(نيكولاس) قدراً كبيراً من الأدلة على أننا ربما نكون في المراحل المبكرة من حركة اجتماعية خطيرة، والتي من أجلها

ستكون عملية تحول الإعلام إلى إعلام ديمقراطي بمثابة مركز الاهتمام الرئيس للنقاش النشط وإعادة البناء من جديد، ويقدمان حالة قوية في دعم هذه الأولويات، ويقترحان المسارات التي يمكن اتباعها لوضع هذه الأسس لاستعادة الحقوق، ودفع الكفاح الذي لا نهاية له إلى الأمام من أجل الحرية والعدالة".

[نعوم شومسكي: من المقدمة]

"يقوم كلٌّ من ماك جزني و(نيكولاس) بتقييم النظام الحالي لوسائل إعلامنا، ومساعدتنا على أن نتخيل شيئاً ما مختلفاً، مع تنظيم الانتقال من الإحباط الفردي مع وسائل الإعلام المتحدة إلى العمل الجماعي لإصلاح وسائل الإعلام".

[جاني جاكسون: العدالة والدقة في نقل الأخبار]

كتاب مفتوح عن الإعلام
الناشر: سبعة قصص صحفية
١٤٠ واتس ستريت نيويورك (NY 10013)
وُزع على تجار الكتب بالولايات المتحدة الأمريكية من قبل ويست جروب للنشر.

المراجع

References

Adams, W.C. (1980), Local Television News Coverage and the Central City, Journal of Broadcasting 24(2), 253-265.

Alesina, A., R. Baqir and W. Easterly (1999), Public Goods And Ethnic Divisions, Quarterly Journal of Economics 114(4), 1243-1284.

Ansolabehere, S., E.C. Snowberg and J.M. Snyder (2006), Television and the Incumbency Advantage in U.S. Elections, Legislative Studies Quarterly 31(4), 469- 490.

Besley, T. and R. Burgess (2002), The Political Economy of Government Responsiveness: Theory and Evidence from India, Quarterly Journal of Economics 117(4), 1415-1452.

Dixit, A. and J. Londregan (1996), The Determinants of Success of Special Interests in Redistributive Politics, Journal of Politics 58, 1132-1155.

Gentzkow, M. (2006), Television and Voter Turnout, Quarterly Journal of Economics 121(3), 931-972.

Kaniss, P.C. (1997), Making Local News, Chicago: University of Chicago Press.

Kelejian, H. H. and Prucha, I. (1998), A Generalized Spatial Two Stage Least Squares Procedure for Estimating a Spatial Autoregressive Model with Autoregressive Errors, Journal of Real Estate Finance and Economics, 17 (1), 99-121.

Levitt, S. and J. Snyder (1997), The Impact of Federal Spending on House Election Outcomes, Journal of Political Economy 105(1), 30-53.

Lindbeck, A. and J. Weibull (1987), Balanced-Budget Redistribution as the Outcome of Political Competition, Public Choice 52, 273-297.

Napoli, P.M. and M.Z. Yan (2007), Media Ownership Regulations and Local News Programming on Broadcast Television: An Empirical Analysis, Journal of Broadcasting & Electronic Media 51(1), 39-57.

Oliver, P.E. and D.J. Myers (1999), How Events Enter the Public Sphere: Conict, Location and Sponsorship in Local Newspaper Coverage of Public Events, American, Journal of Sociology 105(1), 38-87. 27

Persson, T. and G. Tabellini (2000), Political Economics, Cambridge: MIT Press.

Popkin, S.L. (1991), The Reasoning Voter, Communication and Persuasion in Presidential Campaigns, Chicago: University of Chicago Press.

Prior, M. (2006), The Incumbent in the Living Room: The Rise of Television and the Incumbency Advantage in US House Elections, The Journal of Politics 68(3),657-673.

Randsell, T. (2004), Factors Determining California's Share of Federal Formula Grants, Public Policy Institute of California, 2nd Edition

Roper, B.W. (1985), Public Attitudes Towards Television and Other Media in a Time of Change. New York: Television Information Office.

Stromberg, D. (2004a), Mass Media Competition, Political Competition, and Public Policy, Review of Economic Studies 71(1), 265-284.

Stromberg, D. (2004b), Radio`s Impact on Public Spending, Quarterly Journal of Economics 119(1), 189-221.

ثبت المصطلحات
Glossary

أولاً: عربي – إنجليزي

أ

إجماع الصفوة	Elite Consensus
الاحتكار	Monopolies
أخبار	News
الأخبار الأجنبية	Foreign News
آراء متعددة	Diverse Opinions
أزمة الديمقراطيات	Crisis of Democracy
استبداد ، طغيان	Tyrannies
الاستغلال	Exploitation
استهلاك السلع	Consumption of Commodities
إصلاح وسائل الإعلام	Media Reform
الإعلام الخاص	Private Media

الإعلام العالمي	Global Media
إعلامنا	Our Media
الإعلان	Advertising
الأفكار الهدامة	Destructive Ideas
الانحدار في الديمقراطية	Decline of Democracy
الانحياز الإعلامي	Media Bias
اندماج أكثر من مؤسستين في مؤسسة واحدة	Consolidation of Media
الأنظمة واللوائح	Regulation
اهتمام جماهيري	Public Concern

ب

بدون وطنية ، أو غير وطني	Unpatriotic
البناء القائم على سيطرة القلة للسوق	Oligopolistic Structures
البيئة الثقافية	Cultural Environment

ت

التجاهل	Ignorance
التحكم في وسائل الإعلام	Control of the Media
التدفق في اتجاهين	Flow in Both Directions
ترفيه	Entertainment
تشريعات وتنظيمات البث	Broadcast Regulations
التصميم والرسم	Design

تغطية غير كافية	Inadequate Coverage
التكتلات الكبرى	Conglomerates
تلفزيون الكيابل	Cable Television
تلقين جمهور الشباب	Indoctrination of the Young

ج

الجمهور الجاهل أو غير المكترث	Ignorant Masses
الجمهور الغبي	Stupid Masses

ح

الحد الأقصى من الربح	Maximize Profits
الحرب على الإرهاب	War on Terrorism
الحركات النسائية	Feminist
حساس	Sensationalized
حقوق النشر أو الطبع	Copyright
حكومة رائعة	Splendid Government
حماية الأقليات	To Protect the Minority
حملة إعلامية	Campaign
الحوار	Dialogue

د

دستور	Constitution

الديمقراطية	Democracy
ديمقراطية غير مبررة	Democratic Dogmatisms

س

السخط و الاستياء	Discontents
سلسلة مؤسسات إعلامية	Media Chains
السوق التنافسية	Market Competition
السياسات العامة	Public Policy

ش

الشركات المتعددة الجنسية	Multinational Corporations
الشك أو نزوع إلى الشك	Skepticism
شيء خادع	Illusions
شيء غريب على نحو بشع	Grotesquely

ص

الصبغة التجارية	Commercialism
الصحافة الأمريكية	American Journalism
صناع القرارات أو مهندسي الإجماع	Engineering of Consent

ع

العلاقات العامة	Public Relations

العنصرية القائمة على اللون والعرق	Supremacists

غ

غير مشاركين في الأحداث	Not Participants

ق

قانون الاتصالات	Telecommunications Act
قضايا الإعلام	Media Issues
قطاع النشر الإعلامي	Print Media Sectors

ك

الكاميرات التلفزيونية	Television Cameras
كل ما يذاع بالتلفزيون	Broadcast

م

مؤتمر صحفي	Press Conference
المؤثرات التي تؤدي إلى زوال الحساسية	Desensitizing Effect
المادة أو المقالة	Article
المادية	Materialism
المتحدة	Corporate
متحرك أو مفعم بالحيوية والنشاط	Animated
المتفرجين على الأحداث	Spectators of Action

المحتوى	Content
المحكمة العليا	Supreme Court
مطلع على	Cognizant
معايير الاحتراف	Standards of Professionalism
مقاوم للتجميع الضخم للرأسمال أي الاحتكار	Antitrust
ملكية وسائل الإعلام	Media Ownership
المواطنة	Citizenship
مواطنون مطلعون	Informed Citizens
الموجات	Airwaves
موضوع مثير للنزاع	Contentious

ن

نظرية المؤامرة	Conspiracy Theories
نقاش و حوار	Debate
النقد الإعلامي	Media Criticism

هـ

هيئة الاتصالات الفيدرالية	Federal Communication Commission (Fcc)
هيئة حكومية	Public Trust

و

وسائل الإعلام الجديدة	New Media
وسائل الإعلام متعددة الجنسيات	Multinational Media

ثانياً: إنجليزي – عربي

A

الإعلان	Advertising
الموجات	Airwaves
الصحافة الأمريكية	American Journalism
متحرك أو مفعم بالحيوية والنشاط	Animated
مقاوم للتجميع الضخم للرأسمال أي الاحتكار	Antitrust
المادة أو المقالة	Article

B

كل ما يذاع بالتلفزيون	Broadcast
تشريعات وتنظيمات البث	Broadcast Regulations

C

تلفزيون الكيابل	Cable television
حملة إعلامية	Campaign
المواطنة	Citizenship
مطلع على	Cognizant
الصبغة التجارية	Commercialism
التكتلات الكبرى	Conglomerates
اندماج أكثر من مؤسستين في مؤسسة واحدة	Consolidation of Media
نظرية المؤامرة	Conspiracy Theories

Constitution	دستور
Consumption of Commodities	استهلاك السلع
Content	المحتوى
Contentious	موضوع مثير للنزاع
Control of the Media	التحكم في وسائل الإعلام
Copyright	حقوق النشر أو الطبع
Corporate	المتحدة
Crisis of Democracy	أزمة الديمقراطيات
Cultural Environment	البيئة الثقافية

D

Debate	نقاش و حوار
Decline of Democracy	الانحدار في الديمقراطية
Democracy	الديمقراطية
Democratic Dogmatisms	ديمقراطية غير مبررة
Desensitizing Effect	المؤثرات التي تؤدي إلى زوال الحساسية
Design	التصميم والرسم
Destructive Ideas	الأفكار الهدامة
Dialogue	الحوار
Discontents	السخط و الاستياء
Diverse Opinions	آراء متعددة

E

Elite Consensus	إجماع الصفوة

Engineering of Consent	صناع القرارات أو مهندسي الإجماع
Entertainment	ترفيه
Exploitation	الاستغلال

F

Federal Communication Commission (Fcc)	هيئة الاتصالات الفيدرالية
Feminist	الحركات النسائية
Flow in Both Directions	التدفق في اتجاهين
Foreign News	الأخبار الأجنبية

G

Global Media	الإعلام العالمي
Grotesquely	شيء غريب على نحو بشع

I

Ignorance	التجاهل
ignorant Masses	الجمهور الجاهل أو غير المكترث
Illusions	شيء خادع
Inadequate Coverage	تغطية غير كافية
Indoctrination of the Young	تلقين جمهور الشباب
Informed Citizens	مواطنون مطلعون

M

Market Competition	السوق التنافسية

المادية	Materialism
الحد الأقصى من الربح	Maximize Profits
الانحياز الإعلامي	Media Bias
سلسلة مؤسسات إعلامية	Media Chains
النقد الإعلامي	Media Criticism
قضايا الإعلام	Media Issues
ملكية وسائل الإعلام	Media Ownership
إصلاح وسائل الإعلام	Media Reform
الاحتكار	Monopolies
الشركات المتعددة الجنسية	Multinational Corporations
وسائل الإعلام متعددة الجنسيات	Multinational Media

N

وسائل الإعلام الجديدة	New Media
أخبار	News
غير مشاركين في الأحداث	Not Participants

O

البناء القائم على سيطرة القلة للسوق	Oligopolistic Structures
إعلامنا	Our Media

P

مؤتمر صحفي	Press Conference

Print Media Sectors	قطاع النشر الإعلامي
private Media	الإعلام الخاص
Public Concern	اهتمام جماهيري
public Policy	السياسات العامة
Public Relations	العلاقات العامة
Public Trust	هيئة حكومية

R

Regulation	الأنظمة واللوائح

S

Sensationalized	حساس
Skepticism	الشك أو نزوع إلى الشك
Spectators of Action	المتفرجين على الأحداث
Splendid Government	حكومة رائعة
Standards of Professionalism	معايير الاحتراف
Stupid Masses	الجمهور الغبي
Supremacists	العنصرية القائمة على اللون والعرق
Supreme Court	المحكمة العليا

T

Telecommunications Act	قانون الاتصالات
Television Cameras	الكاميرات التلفزيونية

حماية الأقليات	To Protect the Minority
استبداد، طغيان	Tyrannies

U

بدون وطنية، أو غير وطني	Unpatriotic

W

الحرب على الإرهاب	War on Terrorism

كشاف الموضوعات
Subject Index

ردمك: ٩٧٨-٩٩٦٠-٥٥-٨٧٦-٩
ISBN :978-9960-55-876-9

www.ksu.edu.sa